



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

“Análisis del mensaje de un grupo de estudio para construir identidad cultural en
familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Valdivia Zela, Soledad (ORCID: 0000-0003-0665-506X)

ASESOR:

DR. Medrano Carbajal, Adolfo Medrano (ORCID: 0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicó esta tesis a mi madre, quien ha sido la persona quien más me mostró su apoyo en mi elección de esta carrera universitaria en estos largos cinco años y quien inspiró en la elección de este tema de investigación.

Agradecimientos

En agradecimiento a los diversos profesores que me guiaron en la elaboración de este trabajo de investigación, los entrevistados que amablemente contribuyeron a enriquecer esta investigación, los compañeros y amigos que me alentaron a seguir adelante, pero con especial estima a mi asesor por toda su paciencia y guía en la culminación de esta tesis.

GENERALIDADES

Título: “Análisis del mensaje de un grupo de estudio para construir identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”

Autora: Valdivia Zela Soledad.

Asesora: Dr. Adolfo Medrano Carbajal

Tipo: Investigación Cualitativa – Diseño Interpretativo – Etnográfico.

De acuerdo al régimen de investigación: Libre u orientada.

Línea de investigación: Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea.

Lugar: Cercado de Lima.

Tiempo de estudio:

Fecha de inicio: septiembre 2018.

Fecha final: julio 2019.

Página de jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Soledad Valdivia Zela con DNI N° 48272662, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, será asumida por mi persona y me someteré a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 16 de julio de 2019



Valdivia Zela Soledad

DNI N° 48272662

Índice de contenido

Resumen.....	1
Abstract.....	2
I. INTRODUCCIÓN	3
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA.....	38
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	39
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de operacionalización.....	41
3.3 Escenario de estudio.....	50
3.4 Participantes.....	50
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52
3.6 Procedimiento.....	53
3.7 Rigor científico.....	54
3.8 Métodos de análisis de datos.....	58
3.9 Aspectos éticos.....	58
IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN	60
V. CONCLUSIONES	101
VI. RECOMENDACIONES	103
REFERENCIAS	105
ANEXOS.....	111

Índice de tabla

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las Variables.....	45
Tabla 2 Tabla de Mensajes.....	48
Tabla 3 Tamaño Muestral	49
Tabla 4 Validez de los Datos	55
Tabla 5 FÓRMULA DE AIKEN	56
Tabla 6 Aprobación de expertos según V Aiken (total).....	58

Índice de Figuras

FIGURA 1:.....	63
FIGURA 2:.....	66
FIGURA 3:.....	69
FIGURA 4:.....	72
FIGURA 5:.....	75
FIGURA 6:.....	78
FIGURA 7:.....	81
FIGURA 8:.....	84
FIGURA 9:.....	86
FIGURA 10:.....	89
FIGURA 11:.....	91
FIGURA 12:.....	94

Resumen

El presente informe de tesis tiene el objetivo principal de analizar las características del mensaje de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018 y como estos mensajes, tanto negativos como positivos, forman una identidad cultural en la ciudadanía.

Los mensajes que recibe una persona tanto en el ámbito familiar, social y por los medios de comunicación moldean su comportamiento para tomar diversas actitudes. En ese aspecto, la identidad cultural se desarrolla al mismo tiempo con la sociedad, cambiando y evolucionando.

Uno de los sectores sociales más perjudicados en su identidad cultural son los quechuahablantes que han tenido que aprender a adaptarse a la capital, luego, de sufrir una serie de conflictos sociales en el sur del país y en el camino han perdido muchos de sus propios elementos culturales, principalmente su idioma: el quechua.

Palabras claves: *mensaje, identidad cultural, proceso de comunicación.*

Abstract

The present research work has the main objective of analyzing the characteristics of the message in the construction of cultural identity in Quechua-speaking families of the Cercado de Lima, 2018 and how these messages, both negative and positive, form a cultural identity in the citizenry.

The messages that a person receives both in the family, social and by the media shape their behavior to take different attitudes. In this aspect, cultural identity develops at the same time with society, changing and evolving.

One of the social sectors most affected in their cultural identity are the Quechua speakers who have had to learn to adapt to the capital, then, to suffer a series of social conflicts in the south of the country and on the way they have lost many of their own elements cultural, mainly their language: Quechua.

Keywords: *message, cultural identity, communication process.*

I. INTRODUCCIÓN

En una sociedad que crece tanto social, económica como tecnológicamente, una persona recibe una infinidad de mensajes, que sin saberlo moldean su conducta, forman prejuicios y refuerzan actitudes tanto positivas como negativas. En esta instancia, se desarrolla una identidad cultural derivada de la identificación de un grupo de personas con su lugar de origen, con sus costumbres, tradiciones y una historia propia. Uno de los grupos sociales más representativos de la sociedad peruana son los quechuahablantes que son una representación actual de quienes somos como peruanos.

Como se recuerda, el mensaje es un elemento fundamental en el proceso de la comunicación, considerado como la formulación de forma abstracta de una idea preconcebida de manera ordenada y esquematizada para lograr su transmisión del emisor al receptor y viceversa, cuyo mayor logro es la organización de una sociedad, estableciendo relaciones sociales, leyes y normas con base a acuerdos en común entre la ciudadanía (Morales, 2016).

Una adecuada transmisión, logrará una comunicación efectiva y el enriquecimiento de las relaciones sociales. Sin embargo, la distorsión del mensaje es algo común, debido a las dificultades que se encuentran en el proceso de la comunicación y conducen a malos entendidos. Estas dificultades pueden originarse porque el emisor y el receptor no comparten la misma forma de comunicarse, una misma cultura o idioma.

Son los medios de comunicación los encargados de crear mensajes a la sociedad para establecer las relaciones sociales. Sin embargo, muchos de estos mensajes son de carácter negativo, distorsionado, fomentando prejuicios, racismo y discriminación.

Uno de los grupos sociales que más ha sido retratado por los medios de comunicación son los quechuahablantes, con la introducción de personajes pertenecientes a dicha región. En los años 80, el cine peruano abundó en películas donde los protagonistas eran del sur del país, como “Gregorio”, “Juliana”, entre otros, poniendo en la palestra la cosmovisión de los personajes, su visión del mundo, sus costumbres, creencias y cómo se relacionaban en una sociedad cargada de prejuicios.

Esta representación estaba cargada de una identidad cultural tan arraigada en los personajes que lograron poner en evidencia la vida de un grupo de personas que hasta el momento no era tomado en cuenta por el gobierno peruano. La identidad cultural es un sentimiento de pertenencia con un lugar, con una comunidad, una cultura, compartiendo elementos culturales que te identifican como parte de esa cultura. Una de esas comunidades son las familias quechuahablantes, ya que tienen muy arraigada su cultura, sus tradiciones y creencias como parte de su personalidad. Sin embargo, su llegada a la capital ha trasgredido esta realidad.

Esta indiferencia por el receptor es una de las debilidades más frecuentes en nuestra sociedad, la falta de empatía y la imposición de ideas sobre los otros, impiden que la comunicación pueda completarse, mostrando una comunidad dividida en dos bandos, que luchan por tener la razón. Una de las manifestaciones más notorias de esta indiferencia se encuentra en el informe de la Comisión de la Verdad y Reconciliación presentado el 28 de agosto del 2003, cuyas observaciones recogieron el horror que vivieron miles de familias de quechuahablantes en el sur del país y la ineptitud del Estado peruano por luchar contra el terrorismo.

Este informe llegó a la conclusión que fueron los quechuahablantes quienes más sufrieron por este conflicto social por la gravedad de la desigualdad de tipo étnico y cultural que aún persiste en nuestra sociedad. Este evento influyó en que muchas personas dejarán las zonas rurales y emigrarán a la capital, dejando atrás la tragedia vivida en la época de los ochenta.

Este evento hizo que los emigrantes tuvieran que adaptarse a un nuevo estilo de vida con sus propias costumbres, creencias e idioma. El castellano era esencial en la capital en demerito del quechua. Muchos quechuahablantes decidieron adaptarse a su nuevo entorno dejando de lado su lengua materna, ya sea por crecer socialmente o por evitar sufrir de discriminación por los demás, creando un conflicto con su identidad, muy difícil de borrar.

Para Vargas (2013) la identidad es “reconocerse a sí mismo como persona, reconocer al otro con todas sus complejidades, reconocer el contexto donde vivimos y reconocer los diversos aspectos de nuestra sociedad” (p. 9). Siendo la imagen del quechuahablante preestablecida por los medios de comunicación como un ser de “segundo nivel, maleducado y perezoso” (Renker, 2014), era una tarea muy difícil para el quechuahablante manifestar su identidad cultural con libertad, creándole un

complejo de inferioridad, resentimiento y un afán de considerarse digno de reconocimiento de la “sociedad blanca”.

Este conflicto interno, esta “vergüenza” quedó con ellos como un estigma difícil de borrar y distorsionó su propia identidad para aceptarse a los estándares aplicados en la sociedad contemporánea, dejando de transmitir este idioma a sus descendientes por la búsqueda de mayores oportunidades para sus familias, cuyo perfil social y demográfico está dominado por el castellano.

Asimismo, no se ha creado un espacio en la sociedad para utilizar el quechua con libertad y libre de prejuicios. Centros educativos y universidades considerados como campos de conocimiento y diversidad cultural han sido espacios del dominio absoluto del castellano, cuyas políticas no han dado la oportunidad de tener presencia en la educación para el quechua y “esta percepción del uso del quechua en la universidad como algo raro como si ese lugar no fuera (...) para esa lengua” (Hentschel, 2016) y su uso causó sorpresa en los estudiantes y en mayor medida el rechazo por prejuicios arraigados en la sociedad al no comprender que un quechuahablante también puede ser un profesional, un ser intelectual.

Asimismo, esta negación de su propio idioma, fracturó su propia identidad y el vínculo con la tierra en la que nacieron, creando personalidades alienadas, clasistas y discriminadoras. Esta fractura se presentó en familias quechuahablantes emigrantes de zonas de la sierra peruana hacia la capital que escaparon de diversos problemas sociales como el terrorismo, la pobreza y mejores oportunidades sociales, culturales y laborales como registró el Instituto Nacional de Estadística e Investigación (2018) a continuación:

Un 20,3% (5 millones 961 mil 295 personas) declararon haber nacido en un departamento diferente (...), se observa un ligero incremento de la población no nativa, al pasar de 19,8% en el año 2007 a 20,9% en 2017 (...); en el año 2017, el 32,7% es migrante de toda la vida, es decir, de cada 100 personas que residen en Lima, 33 personas han nacido en otro departamento del país o en otro país (p.85).

Este porcentaje de emigrantes manifestó que el 30% de personas que vivieron en Lima el 2017 son originarios de otros departamentos del Perú, siendo un gran número de personas que vinieron con otras costumbres y tradiciones detrás de sí mismos. En el mismo censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Investigación (INEI) del año 2017 determinó que, de todos los departamentos del

Perú, ha sido la ciudad de Lima el lugar con la mayor cantidad de personas quechuahablantes siendo 727 591 los ciudadanos que nacieron con el quechua como lengua materna, elegido como el lugar donde se desarrolló esta investigación.

Cabe aclarar, el escenario de estudio de esta investigación es La Casa de la Literatura ubicado en Jirón Ancash 270 - Cercado de Lima, siendo que este lugar es una fuente inagotable de conocimientos y la ubicación del grupo “Rimaykusnchis: hablemos quechua”, que fomenta la conservación de este idioma.

Este proyecto de investigación tiene objetivo general: analizar las características del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018, en la búsqueda de describir este fenómeno social y describir cuales son los mensajes que reciben las familias quechuahablantes en la construcción de su identidad cultural.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los antecedentes de este trabajo de investigación:

Nacionales

Del Carpio, S. (2012) con la tesis de licenciatura titulada “Análisis semiótico de la sistematización de la comunicación subyacente en las noticias del diario Correo sobre el incendio de la gobernación de Tacna en octubre del 2008” de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna; determinó la relación que existe entre la comunicación subyacente de los mensajes periodísticos del diario Correo y el incendio de la Gobernación de Tacna en octubre del 2008.

Esta investigación es correccional, ya que se relacionan dos variables: independiente y dependiente. La técnica utilizada es el análisis documental y la encuesta descriptiva, utilizando los instrumentos de ficha de análisis documental y la ficha de registro. La presente investigación concluyó que no existe una relación entre la variable comunicación subyacente de las noticias del diario Correo y la variable dependiente. Finalmente, la tipología del diario influyó a nivel informativo en los lectores.

Andía, F. (2017) con la tesis de licenciatura titulada “Comunicación, participación y cambio social. Estudio del programa de Lucha Contra la Pobreza Juntos” de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima; determinó las dificultades en las acciones comunicativas del Programa Juntos y de la participación de las mujeres en este programa social que residieron en la selva alta del distrito Mariano Damaso Beraun del departamento de Huánuco.

El proceso utilizado para recoger información ha sido tres: la entrevista a profundidad de las usuarias, los actores sociales y las opiniones que les generaron el desarrollo del programa social Juntos representado en el servicio institucional de los colaboradores. Asimismo, se realizó una observación objetiva de los participantes para recoger información imparcial para obtener datos que contribuyeron en la realización de esta investigación, así como los procesos que debieron realizar las usuarias para acceder al programa. Finalmente, se realizó la

revisión de documentos, registros y fichas sobre el tema para tener la data precisa de todo lo que se escribió de este programa social con el fin guiar esta investigación y no repetir información que no sea pertinente. La conclusión a la que se llegó es que existen barreras psicológicas, semánticas y físicas que disminuyeron las acciones comunicativas del Programa Juntos del año 2015, perjudicando a las usuarias en el acceso de este programa social.

Huayanay, G. (2016) en su tesis de maestría titulada “La narrativa Oral Andina y la identidad cultural en los estudiantes de la institución educativa José Varallanos de Jesús – Lauricocha” de la Universidad de Huánuco, Huánuco; determinó la relación que existió entre la narrativa oral andina de los estudiantes del colegio José Varallanos de Jesús, ubicado en el departamento de Huánuco y cómo influyó en su identidad cultural. El presente trabajo contó con la realización de una encuesta a 172 estudiantes de la institución educativa señalada líneas arriba.

La metodología realizada para esta investigación fue probabilística estratificada en una muestra aleatoria simple, el diseño fue de tipo transaccional descriptivo, correlacional de tipo causal y llegó a la conclusión que existió una relación horizontal entre ambas variables, subrayando que su relación repercutió de manera efectiva en el aprendizaje de una identidad cultural de la muestra estudiada, encontrando factores que contribuyeron en la construcción de esta afirmación por ejemplo, la motivación, enseñanza y el respeto por las creencias, costumbres y tradiciones de los alumnos de la institución educativa en el departamento de Huánuco.

Quispe, S. y Ramos, L. (2016) en su tesis de pregrado titulada “Nivel de identidad cultural en los niños y niñas del tercer grado de educación primaria de la I.E. N° 89007, Chimbote – 2016” de la Universidad Nacional del Santa, Nuevo Chimbote, cuyo propósito tuvo la finalidad de delimitar el nivel de la identidad cultural en los alumnos del grado de primaria del colegio señalado líneas arriba, ubicado en Chimbote en el año 2016.

El proceso utilizado para la recolección de información que favoreció esta investigación fue descriptiva simple y utilizó los siguientes métodos: analítico sintético y deductivo, cuya muestra estuvo integrada por treinta estudiantes de la institución educativa N° 89007 a través de un test simple. La conclusión principal a la que se llegó fue que de 63% y 33% en una escala de bueno y excelente, demostró que los niños conservan las costumbres que los identifican como miembros de la región de Chimbote, basado en las respuestas que se recogieron de los estudiantes a través de la encuesta realizada y la alta aceptación y respeto que tienen por los lugares históricos y culturales que caracterizan a la región de Chimbote.

Vargas, C. (2013) en la tesis de magíster titulada “Estrategias didácticas para el desarrollo de la identidad cultural Mochica en educación primaria en una Institución Educativa de San José de Moro – La Libertad” de la universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima; tuvo como finalidad principal analizar las estrategias educativas y comunicacionales en el desarrollo de la identidad cultural Mochica en los estudiantes de la institución educativa ubicada en el departamento de La Libertad. La investigación se basó en tres elementos: elección de contenidos, elección de materiales educativos y planificar actividades que orientaron a los docentes para elevar la cultura de los estudiantes de la institución educativa.

La metodología utilizada fue de diseño cualitativo, nivel exploratorio, en un estudio de caso; la muestra estuvo formada por alumnos de los grados de primaria de la institución con altos niveles de conocimiento sobre la cultura Mochica y su identificación con dicha cultura, el estudio consistió en 10 sesiones de aprendizaje, donde el investigador observó y tomó notas sobre las actitudes de los estudiantes elegidos para esta investigación. La conclusión a la que se llegó fue que los docentes de esta institución educativa sí planifican técnicas para el desarrollo de la identidad cultural Mochica en los cursos que impartieron la institución como: Personal Social, Ciencia y Ambiente y Arte.

Internacionales

Molina, R. y Piñeiro, E. (2017) en el artículo científico titulado “Fotografía y comunicación intergeneracional en la recuperación de la memoria histórica y fortalecimiento de la identidad cultural” de la Revista “San Gregorio”; analizó e interpretó, mediante 60 fotografías de la ciudad de Portoviejo de la década de 1960 hasta 1970, para realzar la memoria histórica, utilizando la comunicación intergeneracional como un medio comparativo de aquella época entre jóvenes de la actualidad y adultos de la tercera edad de la ciudad de Portoviejo de Ecuador.

La metodología utilizada para esta investigación se centró en realizar grupos focales reuniendo a personas de distintas edades, de diversos estratos sociales y de ambos sexos, para medir las distintas impresiones de cada participante de forma individual y grupal, siendo una investigación cualitativa, se ha utilizado estas fotografías para reactivar la memoria de los participantes con contenidos nostálgicos, concluyendo que la evocación unida a la fotografía, rescató la memoria histórica, cultural y social; logrando una mejor interacción intergeneracional entre las personas entrevistadas.

Cobano, V. y Llorent, M. (2017) en el artículo científico titulado “Identidad cultural del alumnado Marroquí: estado de la cuestión en los centros de educación secundaria públicos de Andalucía Pedagogía Social” de la Revista conocida como “Interuniversitaria”; tuvo como propósito principal conocer la perspectiva del alumnado Marroquí en instituciones educativas de nivel secundaria y su relación con su identidad cultural, en la realización de esta investigación se eligió a 891 estudiantes como muestra. El método utilizado en esta investigación fue descriptivo, de tipo cuantitativo y recopilación de información estuvo basada en encuestas realizadas a los estudiantes.

En la elaboración del instrumento para recoger los datos necesarios en esta investigación tuvieron las siguientes características: el contacto que tuvieron los estudiantes con su tierra natal, el apego por sus tradiciones marroquíes, aspectos de su vida en España y la visión sobre su futuro. El principal resultado que recogió esta investigación sobresale la alta valoración que tuvieron los estudiantes por España y el deseo para que sus hijos continúen en el país; sin embargo, sus tradiciones

marroquíes continúan intactas, ya que, pese, a la lejanía de su hogar, sus creencias continúan intactas y su identidad cultural continua vigente en su nuevo estilo de vida.

Navarrete, Z. (2015) en el artículo científico titulado “¿Otra vez la identidad? Un concepto necesario pero imposible” publicado en la “Revista Mexicana de Investigación Educativa”, tuvo como objetivo descomponer el concepto identidad, haciendo un recorrido de forma histórica a través de distintas disciplinas en la que distintos filósofos, antropólogos y sociólogos para intentar desentrañarla. Asimismo, intentó encontrar un punto en concreto por la complejidad que se tiene al intentar definir la identidad. Este análisis buscó una concertación imponiendo su propio criterio.

. Este análisis buscó una concertación imponiendo su propio criterio.

La metodología utilizada en este artículo de investigación fue del Análisis Político del Discurso, por la complejidad del tema, demostrando la necesidad y a la vez, la imposibilidad para otorgarle una definición exacta de la identidad de los distintos factores que están involucrados y su influencia en el individuo. La principal conclusión que llegó dicha investigación fue la amplitud del concepto de la identidad y su dificultad para otorgarle una definición clara para la sociedad. Asimismo, los diversos componentes para construir identidad sufren cambios, transformaciones nunca terminan sino que evolucionan con el paso del tiempo y son estos cambios que cumplen un rol muy importante para una identidad, no como uno sino como un conjunto de identidades que se complementan entre sí.

Renker, T. (2014) en la tesis de pregrado titulada “El uso del quechua en el Perú: Una investigación de identidad y performance cultural” de la University of New Hampshire, Estados Unidos; tuvo como objetivo principal describir los motivos por los que los hijos de familia quechuahablantes se niegan a aprender el quechua y la dificultad del uso del idioma en el Perú y sus implicancias en las personas que tienen esta lengua materna. Este trabajo de investigación utilizó un método de recopilación de información sobre la identidad cultural frente a la discriminación y el racismo.

Renker abordó esta investigación con el paradigma de que mientras se realiza el turismo en el Perú y la aparente aceptación por la condición de mestizo; la existencia de la discriminación y el racismo continúa vigente en la mente de los peruanos. La conclusión principal a la que llegó esta investigación es que los quechuahablantes no deban cambiar su comportamiento lingüístico para adaptarse al estándar de la sociedad peruana, sino que debe existir una cultura que les otorgue un espacio para poder utilizar el quechua y revalorarlo por ser una parte esencial en la construcción de la identidad del individuo.

Cueto, R., Espinosa, A., Guillén, H., y Seminario, M. (2016) en el artículo científico titulado “Sentido de Comunidad Como Fuente de Bienestar en Poblaciones Socialmente Vulnerables de Lima, Perú” publicado en la revista Psykhe, cuya contribución era la de entender la relación entre el sentido de comunidad y las expresiones propias de dicha comunidad y el bienestar de los ciudadanos de barrios urbanos de Lima Metropolitana. Esta investigación es cualitativa y contiene elementos que miden el impacto social, subjetivo, el sentido de comunidad y su contexto.

El propósito de esta investigación es analizar las relaciones entre el sentido de la comunidad y los distintos elementos que conforman el bienestar de las personas que habitan en un contexto social de aspecto vulnerable en Lima Metropolitana. El método consistió en realizar un cuestionario a 150 adultos que residen en tres zonas del distrito de San Juan de Miraflores. El resultado de esta investigación mostró que la comunidad se siente satisfecha con el lugar en que viven, así como su futuro. Asimismo, este escenario logró construir un lugar que construya un entorno cálido y de seguridad en los habitantes. Una de las principales recomendaciones es la plantear la inserción de instituciones pública.

A continuación, se presentarán las teorías relacionadas al tema:

Teoría del Estructuralismo

Ferdinand de Saussure es el padre de la lingüística moderna, quien a partir de sus ideas labró el camino para el ingreso de esta disciplina. Saussure postuló que la lengua es un conjunto de signos interdependientes que carecen de valor sin la presencia de los demás, “al separar la lengua del habla, se separa a la vez: 1º, lo que es social de lo que es individual; 2º, lo que es esencial de lo que es accesorio y más o menos accidental” (Saussure, 1971, 57).

Saussure inicia el análisis de las entidades concretas de la lengua señalando que la entidad lingüística es producto de la asociación entre significado y significante. Esta relación, según él es indisoluble, pues a falta de uno de ellos, se desarticula. Si el significado se disocia del significante, solo quedan conceptos que son estudiados por la Psicología o bien, si solo se analiza el significante, queda la estructura material del signo que es materia de la Fonología (Bargetto, 2012, p.83)

Por otro lado, Claude Lévi-Strauss fue un etnólogo francés y considerado como una de las figuras más representativas de la antropología cultural del siglo XX. El teórico dejó una huella imborrable en América Latina en su desempeño como docente de la materia de sociología en la Universidad de Sao Paulo en el año 1930. Su investigación se basó en la búsqueda de un sentido propio a las asociaciones tanto sociales como culturales y en el estudio de signos que guiaron a la vida social (Ortega, 2013).

Ortega (2013) explicó:

El método estructuralista busca identificar y establecer un repertorio de tipos en los hechos sociales, analizar sus partes constituyentes y establecer entre ellas un conjunto de correlaciones. Para que una realidad social pueda ser considerada una estructura, debe presentar el carácter de un sistema, es decir que la modificación de alguno de sus elementos altere a los demás. También debe ser posible construir un modelo que pronostique cómo reaccionará la estructura si alguno de sus elementos se modifica (p. 77).

La comunicación es un sistema, cuyos elementos son necesarios en este proceso, la carencia de uno de estos elementos, imposibilitan la función de este sistema. Este sistema tiene un conjunto de signos que conforman el significado y el significante. Esta teoría busca estudiar las estructuras de una sociedad basado en su lenguaje.

Asimismo, se entiende que esta estructura no puede modificarse sin que sus demás elementos operen de las mismas formas. Este concepto puede aplicarse en las relaciones sociales, cuyas manifestaciones intentan explicar fenómenos sociales, en este caso, la exposición de personas quechuahablantes hacia la capital y cómo su lengua natal hizo un cambio en la forma en cómo estuvo estructurada nuestra sociedad en Lima.

Cabe agregar, esta teoría intenta explicar cómo se rige una sociedad, los grupos de poder que ejercen presión de una cultura, buscando aplicar una estructura que reúna elementos necesarios. En el lenguaje, esta estructura conforma el receptor, el mensaje y el código utilizado para aplicar esta teoría. Siendo el mensaje, un elemento de la comunicación, su ausencia quiebra este sistema y lo hace dependiente del mismo, debido a su sistema de estructura.

Lévi-Straus identificó a una estructura como un sistema lleno de componentes que han trabajado en conjunto y cuya alteración de uno de ellos afectaron a los demás elementos constituidos en esa estructura. La teoría del estructuralismo se caracterizó en ser una corriente de pensamiento que analizó los componentes y las relaciones de un fenómeno a partir de estructuras que lograron un significado. Las estructuras han sido la forma en la que una sociedad se ha articulado y se diferenciaron entre una cultura y otra, volviéndose cambiantes. Las estructuras han sido parte de cada cultura y se rigieron por parte de las características de determinado lugar o país.

El estructuralismo en filosofía y ciencias sociales, cuyo punto de partida de la obra de Saussure se refiere a una corriente de pensamiento que intenta analizar los componentes y las relaciones de un fenómeno a partir de las estructuras que producen significado. Es decir, busca estructura que se repiten y se ordenan la realidad. Dichas estructuras cambian entre una cultura y otra, por lo que es imposible hablar de estructuras universales o ideales (Sosa y Arcila, 2013, p. 76).

Levi-Strauss postuló que para entender el método del Estructuralismo se tiene que tener dos requisitos indispensables para su comprensión como: la cultura y el inconsciente. El autor sugirió que a partir de la apertura de la lingüística se creó una forma de comunicación inconsciente en el individuo con el uso de símbolos que con el tiempo fueron socialmente aceptados y convertidos en universales, donde se adujo que las relaciones sociales parten de una misma naturaleza que se dividió en: sistemas de conducta, consciencia de leyes universales que rigen la inconsciencia del individuo.

Principales características:

1. Un movimiento que inició como un método científico, cuya pretensión fue la de elaborar teorías de forma objetiva y que puedan ser verificables. Esta teoría dejó de poner al individuo como el sujeto de su propia historia y de su cultura, para convertirse en el objeto de estudio; los estructuralistas estudiaron al hombre desde un enfoque externo como un fenómeno de carácter natural.
2. Los estructuralistas rechazaron las teorías de formato subjetivista, el historicismo y el campo del humanismo cuyo enfoque central de sus apreciaciones de las disciplinas del existencialismo y la fenomenología. El estructuralismo se enfocó en ser más objetivo que subjetivo, en la búsqueda de establecer las estructuras y relaciones coordinadas en una determinada sociedad.
3. Esta perspectiva imitó los pasos de las ciencias físicas, en la búsqueda de elaborar las tácticas de investigación para entender las relaciones sociales, cuya base son representados en el comportamiento del ser humano, tanto, de forma personal como colectiva y que acuña como “estructuras”.

Esta teoría postula que las relaciones humanas son reglas establecidas por la sociedad y cuya rigidez medidas no pueden ser cambiadas y que son dirigidas por condicionamientos preestablecidos. Para este movimiento la pieza fundamental es la estructura. El hombre se condicionó a sistemas tanto sociales, económicos y psicológicos y se alejó de su individualidad, su conciencia y su propio espíritu.

Teoría de los Estudios Culturales

En el año 1964, Richard Hoggart y Stuart Hall fundaron el Centro de Estudios de Birmingham en la disciplina de Estudios Culturales Contemporáneos en Reino Unido. Este movimiento surgió ante la ineficacia de las ciencias sociales tradicionales para abordar la cultura de manera eficaz y la necesidad de rendir una explicación lógica sobre fenómenos sociales complejos que aquejaron a la sociedad en aquella época como: la revolución sexual en los años 60 impulsada por el movimiento Hippie, las consecuencias que dejó la Guerra Fría entre las potencias mundiales de Rusia y EE.UU. y la revolución africana contra el *apartheid* sufrido en Sudáfrica, cuya lucha erradicó la segregación racial de aquel país (Caloca, 2015).

El propósito de esta escuela tuvo el interés de estudiar la cultura popular en su ámbito cotidiano y se enfocó en examinar la relación entre ideas preconcebidas e ideologías de carácter social, nacionalidad, género, raza y etnicidad. Los Estudios Culturales pusieron al hombre como el centro de su estudio y quienes se condujeron en la sociedad con los valores, creencias, complejos y expresiones culturales transmitidas de anteriores generaciones; han sido las personas quienes utilizaron los significados para explicar eventos históricos y sociales (Sautú, 2016).

Lo anteriormente mencionado, se aplica en una problemática social que ocurrió en nuestra sociedad, después de una época tan oscura: la migración de personas quechuahablantes a la capital por el terrorismo que aquejó el sur del país. Este cambio supuso un nuevo paradigma en personas que vivieron durante mucho tiempo en zonas rurales y la adaptación a un nuevo lugar con costumbres, creencias y un idioma distinto.

Este hecho fue el choque entre dos culturas distintas y el surgimiento de un nuevo estilo de vida en la capital. Aquella época marcó una era de discriminación y racismo tan recalcitrante que aún nos divide como peruanos. Su llegada a la capital, expandió distritos de esta ciudad y creó nuevos espacios, lugares emergentes y una nueva forma de vivir.

Este nuevo estilo de vida influyó en la identidad de millones de personas, le dio una nueva forma de observar el mundo, de relacionarse en un nivel más profundo con sus congéneres. Asimismo, los medios de comunicación influyeron en esta visión, creó patrones y estereotipos, tan difíciles de erradicar.

Uno de productos televisivos fue “la paisana Jacinta”, un personaje que retrataba una mujer quechuahablante que llegaba a la ciudad y buscaba un empleo, sufriendo miles de pesares. Este retrato tan encarnado estigmatizó a miles de migrantes quechuahablantes en la capital y creó estereotipos tan ofensivos y calificativos que denigraron a personas quechuahablantes. Por otro lado, Rosas (2012) lo describió como:

La forma en la que la sociedad propicia la convivencia en su grupo y permite diferenciar de los modos con otros grupos, así como las formas, condiciones y espacios en que los medios de comunicación son producidos y consumidos en cada uno de estos sectores y/o grupos de la sociedad (p. 1).

Los Estudios Culturales indagaron sobre la forma en cómo convivieron un determinado grupo de personas con otros grupos, así como la postura que tomaron los medios de comunicación para producir espacios a los grupos mencionado anteriormente. Asimismo, los Estudios Culturales iniciaron para retratar una realidad vivida por un grupo de personas y la influencia con las relaciones de poder como son los medios de comunicación.

La autora añadió que esta teoría de la comunicación explora las alternativas para un cambio de la forma en cómo viven las personas y las relaciones de poder que lograron elaborar estas realidades (Rosas, 2012); resaltando la importancia que tienen los Estudios Culturales para explicar la evolución de las realidades históricas vividas por un grupo o sector de personas que viven un determinado estilo de vida.

Los estudios culturales trazaron un camino para abordar una problemática y la búsqueda de posibles soluciones desde un marco intelectual, resaltando que dicho conocimiento cambió el ambiente donde surgió el conflicto y la convivencia con los grupos de poder que tenían las organizaciones, aumentando sus posibilidades de supervivencia.

Usar los mejores recursos intelectuales disponibles para lograr una mejor comprensión de las relaciones de poder en un contexto particular, creyendo que tal conocimiento dará a las personas más posibilidades de cambiar el contexto y, por ende, las relaciones de poder, es decir, buscan entender no sólo las organizaciones del poder, sino también las posibilidades de supervivencia, lucha, resistencia y cambio (Rosas, 2012, p.2).

En resumen, los estudios culturales buscaron recursos intelectuales para una mejor comprensión de la influencia que tenían las relaciones de poder en determinada situación o contexto social, hallando posibles soluciones o alternativas que cambiaron una problemática vivida en la sociedad como el alto índice de racismo y discriminación que se vivió en el Perú, cambiando un paradigma social negativo de nuestra comunidad.

La finalidad de esta teoría fue estudiar la cultura misma de la sociedad como un campo para su examinación de forma conceptual, de manera pertinente y teóricamente fundamentado. Asimismo, los Estudios Culturales han sido un medio para estudiar las tendencias de la cultura de un determinado grupo de forma humanista, antropológica y social; su aparición se debió a las limitaciones de otras disciplinas para estudiar los diversos fenómenos que se presentan en la sociedad, pero, no descartemos la necesidad de otras disciplinas para complementar los Estudios Culturales. Las disciplinas que complementaron a esta teoría fundamentada fueron:

La historia cultural: se refirió al estudio de textos que relataron las formas de vida de un grupo en la sociedad y la manifestación de su cultura; enfocadas en investigaciones que describieron acontecimientos que no son difícilmente reproducidos. Asimismo, analizó las costumbres, creencias y comportamientos que vivió una nación; diferenciado de otros por su pasado.

La sociología: expuso la relación que existió entre el papel de la cultura y las relaciones sociales comparándolo con la antropología cultural porque ambas se basaron en el estudio de la sociedad y la cultura humana. Aunque, los estudios culturales describieron los comportamientos culturales de un sector en específico y contextualizándolos en su entorno.

La finalidad de esta teoría fue estudiar la cultura misma de la sociedad como un campo para su examinación de forma conceptual, de manera pertinente y teóricamente fundamentado. Asimismo, los Estudios Culturales han sido un medio para estudiar las tendencias de la cultura de un determinado grupo de forma humanista, antropológica y social; su aparición se debió a las limitaciones de otras disciplinas para estudiar los diversos fenómenos que se presentan en la sociedad, pero, no descartemos la necesidad de otras disciplinas para complementar los Estudios Culturales. Las disciplinas que complementaron a esta teoría fundamentada fueron:

La historia cultural: se refirió al estudio de textos que relataron las formas de vida de un grupo en la sociedad y la manifestación de su cultura; enfocadas en investigaciones que describieron acontecimientos que no son fácilmente reproducidos. Asimismo, analizó las costumbres, creencias y comportamientos que vivió una nación; diferenciado de otros por su pasado.

La sociología: expuso la relación que existió entre el papel de la cultura y las relaciones sociales comparándolo con la antropología cultural porque ambas se basaron en el estudio de la sociedad y la cultura humana. Aunque, los estudios culturales describieron los comportamientos culturales de un sector en específico y contextualizándolos en su entorno.

Para finalizar, este movimiento buscó conocimientos desde el aspecto intelectual para explicar fenómenos sociales que se presentaron en la actualidad para encontrar posibles soluciones y crear una mejora en las relaciones sociales. Sin embargo, no se ha podido encapsular esta definición ya que la cultura siempre ha sido cambiante y evolutiva como la vida misma.

Cierto es, que la evolución de la sociedad y la prolongada expansión del ámbito económico como factor determinante en diversos países contribuyó en la disminución de teóricos interesados en los estudios culturales. Sin embargo, esta situación entregó una nueva oportunidad para los culturistas de acercar esta teoría a la sociedad de una manera más práctica y relevante para la resolución de fenómenos sociales más actuales como: las crisis económicas en diversos países latinoamericanos, las migraciones sociales y casos emblemáticos de corrupción de funcionarios en Latinoamérica (Fernández, 2013).

Cierto es, que la evolución de la sociedad y la prolongada expansión del ámbito económico como factor determinante en diversos países contribuyó en la disminución de teóricos interesados en los estudios culturales. Sin embargo, esta situación entregó una nueva oportunidad para los culturistas de acercar esta teoría a la sociedad de una manera más práctica y relevante para la resolución de fenómenos sociales más actuales como: las crisis económicas en diversos países latinoamericanos, las migraciones sociales y casos emblemáticos de corrupción de funcionarios en Latinoamérica (Fernández, 2013).

La mejor forma de abordar esta teoría es desde el aspecto etnográfico, cuya atención se enfocó en las practicas concretas con una clara vocación a nivel político; los estudios culturales priorizaron el conocimiento, no para salvaguardarlo sino producir conocimiento sobre los cambios que tiene el mundo y cómo lograr que estos conocimientos, establecieran pautas sobre cómo lograr cambiarlo.

Esta teoría reafirma que un producto televisivo puede influir en la opinión de sus televidentes y que puede implementar actitudes y conductas en quienes se dejan influenciar por ella. Los estudios culturales inducen que son los sentimientos son la principal fuente para llegar al receptor, pero es también la decisión del receptor si aceptar el mensaje recibido.

Los medios de comunicación son un grupo de poder influyente, que acondicionan una visión a la audiencia para asemejar un estilo de vida, poco ajustado en nuestra sociedad. Este tipo de complejos continúan haciendo mella en la identidad de los peruanos.

A continuación, se presenta la definición de las variables:

Mensaje

El mensaje es el principal elemento del proceso de comunicación y el resultado de una comunicación eficaz entre el emisor y receptor, donde se transmite una idea, un pensamiento o una postura respecto a un determinado tema. La necesidad de expresarse del ser humano y dejar huella en el mundo es la construcción de mensajes que perduren en el tiempo y plasmen un pensamiento humanista.

Del Carpio (2012) indicó que el mensaje “constituye un medio de preservar la sociedad considerando su cultura y sus costumbres, poseen una connotación y denotación orientado a un receptor” (p.31). El mensaje es considerado como la formulación de forma abstracta de una idea preconcebida de manera ordenada y esquematizada para lograr su transmisión del emisor al receptor y viceversa.

El mensaje es parte fundamental en la comunicación, ya que, si se logra su adecuada transmisión, se logrará una comunicación efectiva y el enriquecimiento de las relaciones sociales (Morales, 2016). Los mensajes pueden ser influenciados por medios de comunicación, la opinión de terceros y sectores de poder que desean imponer un tipo de mensajes que quedan reprimidos en el inconsciente.

Mensaje connotativo

El mensaje connotativo es un recurso que utiliza el emisor para conectar con el receptor de una forma más personal, utilizando las emociones como medio para atraer su atención. Usualmente, el uso de estos mensajes connotativos son más eficientes que los denotativos, ya que se apela a lo emocional antes que lo racional.

Asimismo, este tipo de mensaje refleja una parte sensible, una mirada interna del hablante, mostrando su visión del mundo, a quién desee escucharla. Del Carpio (2012), señaló:

Es el sentimiento agradable o desagradable que produce un

mensaje. El lenguaje de la connotación es el que va más allá de lo meramente referencial y práctico. Es el lenguaje segundo “decorativo” o expresivo, porque refleja el mundo interno del hablante. No solo dice lo que dice, sino algo más. La literatura, en general las artes y la publicidad, utilizan fundamentalmente el lenguaje connotativo (p.32).

No obstante, este tipo de lenguaje es utilizado en la literatura debido a la necesidad de expresar emociones y sentimientos que conmuevan al lector, que se conecte con una parte sensible que el autor del libro desea expresar al mundo entero, debido a su necesidad de expresar aquellos sentimientos que no ha podido mostrar a nadie más.

Significado

“El significado manifiesta el contenido, ya que es el concepto que se quiere expresar con ese signo” (Del Carpio, 2012, p.16). Es decir, el significado es la idea que intenta transmitir con signos, letras, símbolos para expresar un pensamiento, en ocasiones involucrando las emociones y los sentimientos del receptor para impregnar al mensaje un contenido de mayor valor.

Asimismo, el significado de una palabra es distinto para las personas debido a su nivel cultural, intelectual y puede ser confundido cuando el receptor no comprende el mensaje que se desea transmitir. Es por ello que, el uso de las palabras debe tener una funcionalidad que sirva a la interpretación de un mensaje, sin confundir al receptor.

Subjetivo

Esta palabra es usada por la psicología para explicar que el ser humano, tiene una de dos maneras de ver el mundo: la primera es de forma objetiva, sensata y razonable. Mientras que la segunda es de forma subjetiva, es decir, depende de sus emociones, personalidad y experiencias vividas. En ocasiones, la forma subjetiva de tratar un tema es definido por mensajes que percibe una persona de su entorno social, medios de comunicación y líderes de opinión.

Para Ortiz (2013) “lo subjetivo es el espacio psíquico que tenemos dentro de nosotros y que sólo podemos exteriorizar por el lenguaje, verbal o no verbal. Y ese espacio es estrictamente personal” (p. 91). Este subjetivismo orienta a tomar una

postura basada en ideas preconcebidas reformadas con sentimientos tanto positivos como negativos, producidas para alentar un tipo de comportamiento que favorece a un determinado grupo de poder.

Mensaje denotativo

Según Del Carpio (2012) el mensaje denotativo “es la significación conceptual del mensaje. Es el uso común y práctico que hacemos del lenguaje (...), brinda referencia y datos directos de hechos cotidianos, científicos, culturales etc. (...). No significa otra cosa sino lo que dice” (p. 36). Es decir, el mensaje denotativo es el mensaje que debe ser interpretado de forma literal, con un solo significado, sin caer en dobles interpretaciones o en hechos que pretendan otra idea que la expuesta.

Este tipo de mensajes son utilizados en medios académicos y científicos, presentando hechos corroborados con anterioridad, siendo fiable para todo aquel que desee consultar, usado para informar, sin subjetivismo ni sentimentalismo. Es por ello, este tipo de mensaje es de uso común en la sociedad, cuyo empleo en el lenguaje es considerado de forma literal.

Significante

“El significante es una imagen acústica, un sonido que ocupamos en el habla, o un grafismo, si el signo está escrito (Del Carpio, 2012, p.15). El significante es un término usado en la semiótica por Saussure para denominar a los signos lingüísticos cuya figura representa la imagen mental que tiene una persona sobre una determinada palabra.

El significante está relacionado a la idea que se tiene sobre una determinada frase o expresión que el receptor conoce. Dichas expresiones pueden lograr que la persona que la escucha logre imaginar de forma inconsciente dicha expresión para lograr entenderlo. Esta situación se presenta cuando se logra una comunicación fluida entre dos personas, que sostienen una conversación de carácter importante

Significación

Del Carpio (2012) definió a la significación como el “proceso de la producción social del sentido en los diferentes textos que circulan en la sociedad. El uso social de los signos produce determinados efectos de sentido, que se organizan en distintos

sistemas de significación” (p.39). En semiología, este término es utilizado para relacionar las formas significantes y lo extralingüístico.

En el caso de Saussure, dicha relación es entre el significante y el significado del signo como medio para comunicar una idea. Asimismo, contribuye en el entendimiento de dos personas mediante signos expresados en textos, que se organizan en orden para darse a entender y expresar una idea.

Mensaje subliminal

“Es el mensaje que pasa desapercibido por la conciencia del receptor y solo es asimilado por el subconsciente” (Del Carpio, 2012, p. 36). Este tipo de mensaje está presente en la publicidad y es utilizado para insertar mensajes de forma inconsciente en el consumidor para adquirir dicho producto e incrementar las ventas.

No obstante, el mensaje subliminal es utilizado en la propaganda para insertar ideas, reafirmar conceptos que inciten a las personas a adquirir actitudes en determinadas situaciones. Uno de los mensajes subliminales en la publicidad fue la de poner a personas con rasgos andinos y quechuahablantes como personajes con menos recursos o hábitos de vida que denigran a un grupo de personas que no “eran lo políticamente correcto” aceptado por la sociedad.

Subconsciente

Del Carpio (2012) designó al subconsciente como el “conjunto de procesos mentales, no percibidos conscientemente por el individuo, pero que pueden aflorar en determinadas situaciones e influir en su manera de actuar o en su carácter” (p.37). En la psicología, el subconsciente es una parte de la mente que el ser humano no logra controlar, debido a que la desconoce.

En el subconsciente, una persona alberga sus miedos más profundos, los traumas que arrastra de la infancia, las fobias más recónditas de su mente, de forma involuntaria, éstos pueden guiarlo de manera inconsciente a comportarse de una determinada forma, debido a estos miedos profundos, escondidos en lo más profundo de nuestro ser y que puede ser expuesto de forma inesperada.

Percepción

Ramos (2014) definió a la percepción como “proceso de recibir e interpretar la información recibida. Este proceso no es objetivo en su totalidad. Depende de la persona que recibe el mensaje, del lugar en que lo recibe y su estado de ánimo” (p. 43). La percepción de una persona es la forma en cómo se capta el mensaje y lo que se tomó de él y su distorsión, la percepción de una persona se sujetó al estado de ánimo, el interés y la actitud que tomó el emisor para transmitir el mensaje.

Las percepciones son consideradas como los puntos de vista, posturas y apreciaciones que adquirieron las personas en una sociedad, fuertemente ligados a su entorno social, el grado de parentesco en las familias determinó actitudes a favor de una situación que consideren familiares y cuyas relaciones se vieron fortalecidas por las experiencias recogidas, así como la influencia de medios masivos de comunicación.

Identidad Cultural

Según Frías (2018), la identidad cultural:

Concepto que una persona tiene sobre sí misma, involucrando también la opinión y apreciación que tienen los demás sobre ella y su cultura. Esto se produce por el sentido de pertenencia que cada individuo tiene hacia la matriz cultural de la cual proviene, y por su cooperación en pro de la conservación de su historia y saberes comunitarios (p.53).

La identidad cultural son los símbolos que se adquieren en la sociedad basada en la cultura que es transmitido por la familia. Cada pueblo se diferencia del otro por las expresiones que se adquieren de generación en generación; estas expresiones culturales son transmitidas mediante símbolos religiosos, artísticos, escultóricos e históricos que promueven sentimientos de felicidad, alegría y conocimientos a la comunidad. La aceptación de la identidad cultural ayudará a la aceptación de sí mismos y de su lugar de pertenencia.

La diversidad de definiciones de identidad cultural generó una discusión entre las diferentes disciplinas que lo estudiaron, debido a la amplitud de significados que cada uno le aportó desde su perspectiva. No obstante, se logró un consenso sobre la existencia de una asociación entre la identidad cultural, la cultura y el sentido de

pertenencia de un determinado grupo social; siendo esta conformación de características las que adquiere el individuo por el sentimiento de pertenencia a la que se vio sujeto desde la infancia. Siendo, la identidad como la expresión máxima del individuo y la manifestación de sus valores, costumbres y creencias más arraigadas (Cobano y Llorent, 2015).

Elementos culturales

Los elementos culturales fueron los componentes que forman una sociedad, cuyos componentes desarrollaron una cultura propia, distinta de las demás, cuya misión es la transmisión de conocimientos del entorno donde se desarrolló dicha sociedad. Las características que diferenciaron una cultura de otra y “los que hacen que una sociedad se diferencie de otra, que cada cultura tenga su idiosincrasia” (Agost, 1999 citado por Rodríguez, 2015).

Elementos que tienen un gran peso para el desarrollo sociocultural y cuyas características le otorgaron la forma en la que es percibida una cultura respecto a otras. Asimismo, se postuló que es en la vida cultural de una población, donde estos elementos se manifestaron como: costumbres, creencias y símbolos aceptados culturalmente (Isidro 2012). Para entender estos elementos culturales se describió los más importantes como un componente de relevancia para esta investigación.

Costumbres

Las Costumbres son “el conjunto de patrones culturales de una o varias generaciones heredados de las anteriores y, usualmente por estimarlos valiosos, transmitido a las siguientes” (Quispe y Ramos, 2016, p.58). Estos patrones culturales son impuestos por las generaciones anteriores y cuyo valor cultural es de gran importancia por el contexto en el que vive una comunidad.

Cada comunidad es distinta de la otra como cada costumbre que lo caracteriza; estas costumbres identifican a la comunidad y la fortalecen al crear un lazo entre sus pobladores que los une más allá de las diferencias que pudieran tener. Las costumbres pueden ser bailes, festividades y tradiciones que son transmitidos de generación en generación.

Creencias

“Las creencias, que en muchos casos son subconscientes, afectan a la percepción que tenemos de nosotros mismos, de los demás y de las cosas y situaciones que nos rodean” (Quispe y Ramos, 2016, p. 59). Las creencias son conocimientos que se transmiten de generación en generación, éstas pueden ser religiosas ya que los padres siempre transmiten la religión a sus hijos.

Las creencias son aspectos que se crearon de forma subconsciente y cuyas posturas fueron postulados mediante las creencias tomadas por una cultura transmitida de generación en generación, cuyas vivencias de una población intentaron explicar los mitos y tradiciones cuyos componentes tienen orígenes verdaderos.

Conocimientos

Los conocimientos que adquiere una persona “se compone del cúmulo de experiencias asimiladas y estructuradas que se logran producir, almacenar y transmitir de manera intergeneracional, produciéndose o agregándose con el paso del tiempo nuevos saberes” (Bonfil, 1991 citado por Frías 2018). Asimismo, los conocimientos son transmitidos en instituciones educativas dar a conocer la historia de una sociedad y no perder parte de la cultura que caracterizó a esa sociedad y marcó una época importante que trascendió con el tiempo.

Historia

Este indicador muestra que toda comunidad tiene una historia que marca el inicio de su surgimiento. Este marco histórico resalta las experiencias, logros y sufrimiento que serán resaltadas en el futuro. El conocimiento de la historia de una comunidad fomenta una mejor identificación con una cultura y desarrolla una identidad cultural propia.

Hace referencia a todo lo que forma parte de los saberes y conocimientos históricos del lugar de procedencia, debido a que ello, posibilita el reconocimiento de los aciertos, errores, experiencias, logros y padecimientos de las generaciones antecesoras (...) relata que en el instante en el que el ser humano experimenta sentimientos frente a su historia, está identificándose con ella, y por tanto, eso contribuye a desarrollar su identidad cultura (Frías, 2018, p. 59).

Patrimonio cultural

Según Frías (2018) “el patrimonio cultural se compone de una serie de elementos tangibles e intangibles que exponen toda la riqueza histórica, artística y cultural de un determinado territorio, y que al mismo tiempo se constituye en propiedad prioritariamente de sus habitantes” (p. 48). Asimismo, la autora menciona que el patrimonio cultural se compone de los elementos que identifican a una cultura.

Este tipo de patrimonio resalta el valor histórico de una comunidad, mostrando el desarrollo tanto social como cultura que alcanza con el tiempo. Este tipo de patrimonio eleva la riqueza artística y cultural que caracteriza a una sociedad. Asimismo, este patrimonio cultural fomenta sentimientos de pertenencia de una nación y logra que la educación tome un rol que revalore elementos culturales olvidados con el tiempo. La pérdida del patrimonio cultural es la pérdida de una sociedad y sus propias costumbres.

Simbólicos

“Se refieren a los códigos, signos y símbolos que permiten una comunicación eficaz entre los integrantes de una determinada agrupación social en los diferentes momentos en los que realizan sus acciones” (Bonfil, 1991 citado por Frías, 2018). En esta dimensión el autor menciona que los simbólicos son elementos que permiten la comunicación integral en un grupo social que depende de estos códigos para una mejora en su sociedad, así como en su cultura.

La necesidad de estos elementos contribuye a una mejora en el funcionamiento de una sociedad, así como una amplitud en su cultura y en su propia identidad personal, al sentirse pertenecientes de una cultura que los identifica como seres humanos.

Signos

“Asociación entre el concepto y la imagen acústica. Solo pueden distinguirse conceptos en virtud de su estar ligados a un significante particular” (Navarrete, 2015, p. 464). Los signos son la unión entre la imagen que tenemos sobre un objeto y el conocimiento que se tiene sobre ese objeto. La discordancia entre el concepto que se tiene en el objeto y su representación creará confusiones y la distorsión del mensaje.

“Esta subcategoría incluye además de la lengua común, la religiosidad y la concepción del tiempo y del espacio” (Frías, 2018, p. 60). Los signos son los elementos que se

asocian entre el conocimiento que se tiene sobre un objeto y el significado que tiene para el receptor. En la semiótica los signos lingüísticos son los componentes más importantes para establecer una comunicación eficaz.

Tulay, S. (2016, p. 4). “The sign is a twofold entity that consists of a signifier and a signified. Whereas the signifier (...) the signified is the concept that this sign represents”. [El signo es una entidad doble que consta del significante y significado. Mientras el significante encarna las dimensiones físicas: la forma, el sonido e incluso objetividad: de un signo, el significado es el concepto que este signo representa].

Símbolos

“Representación perceptible de una realidad, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada (...), los símbolos han sido pictografías con significado propio (...) artísticas, religiosas, políticas, comerciales, deportivas” (Quispe y Ramos, 2016, p. 60). Toda cultura se caracterizó por tomar símbolos que los distinguió y diferenció de los demás; las comunidades los tomaron para la creación de una identidad cultural y que los una para sentirse parte de la comunidad en la que viven.

Los símbolos son una representación visual cuyo significado depende del grado de cultura de las personas en un contexto social. Asimismo, el grado de conocimiento entregó una nueva perspectiva sobre esos símbolos, siendo éstos diversos por la connotación que le otorga la población, dependiendo de la región, el país que tomó dicho símbolo y por cuya connotación se sintieron identificados.

Emotivos

Para el autor dicho indicador es “un grupo de representaciones, creencias, sentimientos y valores compartidos por una determinada colectividad que promueven la aceptación y/o participación en las acciones para la comprensión de la cultura como un elemento fundamental en su vida cotidiana” (Bonfil, citado por Frías, 2012).

Dicho conjunto engloba los sentimientos que surgen en una comunidad, fomentado por los valores y respeto que tienen por sus costumbres y creencias; logrando la participación de los miembros de una comunidad, dichas representaciones forman un lazo que los relaciona, los vuelve unidos y crean un sentimiento de pertenencia.

Valores

Importancia que se le otorgó a una persona o un objeto o cosa. La valoración esta entrelazada con la subjetividad del individuo y está unido a procesos sociales que no están sujetos a la manipulación. Asimismo, la valoración depende del grado de connotación que le otorgó una persona y varía por las perspectivas, conocimientos y saberes previos de una persona.

Un individuo que creció con el idioma quechua como lengua materna le otorga una valoración más alta que otras lenguas, por ser ésta un rasgo esencial que definió su personalidad y ser el contacto con sus raíces, sus antepasados y su cultura. Sin embargo, la valoración es un aspecto que tuvo que pasar por procesos sociales para la aceptación universal de un concepto antes no aceptado como: intolerancia al trabajo infantil, la discriminación y el racismo.

Sentimientos

Los sentimientos “son estados afectivos de mayor duración” (Ramos, 2014, p. 42). Los sentimientos controlan el ánimo del emisor, que se dejaron influenciar por ellos y afectaron el mensaje que se quiso transmitir. Esta dimensión es de carácter particular ya que dependerá del emisor y el estado de ánimo que presente al momento de realizarse el intercambio de información entre el emisor y el receptor.

En ocasiones, los sentimientos son las barreras más difíciles de traspasar siendo que éstas son más fuertes que el propio raciocinio de las personas. Los sentimientos pueden ser influenciados por los prejuicios adquiridos en la sociedad, así como la extrema exposición de los medios televisivos y su influencia para imponer estereotipos que perjudicaron las relaciones sociales.

A continuación, la formulación del problema:

Problema General

¿Cuáles son las características del mensaje de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018?

Problemas Específicos

¿Cuáles son las características del mensaje connotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018?

¿Cuáles son las características del mensaje denotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018?

¿Cuáles son las características del mensaje subliminal de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018?

A continuación, se presentarán las justificaciones del trabajo de investigación:

Justificación Metológica

Este trabajo de investigación es de carácter metodológico debido a que sigue un conjunto de técnicas que permitirán alcanzar los objetivos trazados en este estudio, al acudir a herramientas como la entrevista, cuyo procesamiento en determinados programas de software logran medir las variables de esta investigación.

Gómez (2012) comentó que la justificación metológica “es una forma de ordenar y estructurar el trabajo, y si esto no se realiza de forma eficaz, obviamente se desperdiciarán tiempo y recursos” (p.10). Asimismo, es la disciplina que sigue una serie de procesamientos en una investigación científica y que permite ordenarla, organizarla y sistematizar para enfocarse en el problema que se plantea y evita prolongarse en aspectos innecesarios en la investigación.

El seguimiento de una serie de técnicas logra que esta investigación sea considerada científica, debido a que sigue un método más relevante, de carácter más serio e importante, debido a su relevancia científica. En esta investigación, la metodología permite que se pueda continuar de manera gradual y lograr que se pueda llegar hasta los objetivos trazados.

Asimismo, el aporte de esta investigación es la creación de un nuevo instrumento como es el modelo de una entrevista, para recoger información a los entrevistados. Cabe agregar, contribuye a la creación de un modelo de investigación que pueden seguir otros investigadores, interesados en este mismo tema (Cortés e Iglesias, 2004).

Cabe agregar, esta investigación se enfocó en determinar una definición más clara sobre el mensaje enfocado en el proceso de comunicación, debido a la cantidad de autores que definen este concepto. Sin embargo, no existen muchas investigaciones que se dediquen a exclusivamente en el mensaje. Finalmente, esta investigación logrará encontrar una relación entre las dos variables de esta investigación como el mensaje y la identidad cultural.

Justificación Social

Este trabajo de investigación contribuirá al ámbito cultural, siendo que reforzará el vínculo entre familiares de distintas generaciones y el amor por sus raíces. Contribuirá a fomentar mayor importancia a la difusión del idioma quechua como herencia milenaria de nuestros antepasados y crear un vínculo histórico de las costumbres y contribuir a la preservación del idioma quechua como Patrimonio Inmaterial. Contribuyendo a que no

se pierdan los mitos, cuentos y leyendas que tienen las comunidades andinas y que otorga a su descendencia para mantener viva su cultura, costumbres por el paso del tiempo.

Además, se respetará los derechos fundamentales de una persona: su derecho a poder expresarse con su idioma materno y entregarle la voz que tanto se le negó a las personas que más han sufrido en nuestra sociedad como son los quechuahablantes, hombres y mujeres que sufrieron distintos problemas sociales: asesinados por el terrorismo.

No obstante, una de las mayores dificultades detectadas en esta situación no ha sido por parte de la inacción de parte del Estado sino por la propia familia quechuahablante como el sociólogo Webb (2014) director del Instituto del Perú de Universidad San Martín de Porres indicó:

Entender el proceso es ponerse en los zapatos de la típica familia quechuahablante, cuya empobrecida vida se ha visto limitada a una pequeña comunidad humana. Es así que la ambición largamente dominante de esa familia es la de permitir que sus hijos puedan vivir en un mundo más amplio. Y, salir de ese hueco, en el que se encuentran atrapados, significa hablar castellano. O inglés. (¿Tiene futuro el quechua? El Comercio)

El artículo periodístico citado líneas arriba demostró que las familias quechuahablantes, buscaron una mejor calidad de vida y oportunidades para el crecimiento personal de sus hijos, desalentaron la enseñanza del quechua, basado en prejuicios, discriminación por otros en la manifestación de su lengua materna. Asimismo, esta negación de su idioma, fracturó su propia identidad y el vínculo con la tierra en la que nacieron.

A continuación, se presentarán los objetivos del trabajo de investigación:

Objetivo General

Analizar las características del mensaje de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018

Objetivos Específicos

Describir las características del mensaje connotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018.

Identificar las características del mensaje denotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018

Determinar las características del mensaje subliminal de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018.

III. MÉTODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación Aplicada

Este tipo de investigación se caracteriza en tener el problema ya establecido y conocido por el investigador, esta investigación se utiliza para dar respuestas claras a preguntas específicas. Este estudio hace énfasis en la resolución práctica de problemas y se centra en poner en prácticas de las teorías generales, su principal objetivo es la resolución de problemas que se plantean en un momento dado.

Investigación cualitativa

La investigación de enfoque cualitativo se orientó en estudiar las cualidades, características y las posibles consecuencias de un fenómeno social, en la búsqueda de una explicación lógica de esta problemática, así como los componentes que lo conforman. La intención de esta investigación busca que el análisis de esta situación, logré formular cuestionamientos que descubran nuevas técnicas que faciliten la interpretación de la situación estudiada por el investigador.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación cualitativa utilizó la recopilación y el análisis de información para afinar las preguntas que se realizaron en las entrevistas. En la realización de estas entrevistas, se acudió a especialistas de esta problemática en la búsqueda de nuevas luces y en la focalización de cuestiones ignoradas e inadvertidas del investigador sobre este tema. Lo manifestado ha ratificado que se enfocó en estudiar las características y propiedades de la unidad de investigación para redactar las interrogantes que facilitaron para entender sus efectos en la unidad investigada.

Diseño de investigación no experimental

El diseño no experimental estudia el efecto de una variable sin la intervención del investigador, quien sólo observa el fenómeno social y toma nota de las características que se presentaron en dicha situación. El investigador sólo observa la problemática en su contexto para luego, analizarlo y entender el grado de importancia que tuvo en su ambiente y el grado

de alcance que tuvo dicho fenómeno, en una zona determinada por el mismo investigador para un mayor control de las consecuencias de esta problemática social.

Mousalli (2015) señaló que los diseños no experimentales “se realizan sin modificar variables (...), no hay variación intencional de alguna variable para medir su efecto sobre otra, sino que se observan los fenómenos tal como se presentan en su contexto natural” (p. 31). En síntesis, los diseños no experimentales no redefinieron las variables independientes porque estos sucesos ya finalizaron y no es posible emitir una manipulación de parte del investigador.

Diseño no experimental transversal

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifestaron que: “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154). Lo mencionado, explica que el diseño de esta investigación obtendrá información con el propósito de contribuir en la investigación que ayudé en los objetivos planteados en este proyecto.

Diseño interpretativo

Para Arraiz (2014) expresó que: “El diseño interpretativo tiene como finalidad interpretar los hallazgos. De esta manera se garantiza la formulación de un modelo teórico que expone las interacciones entre el entrevistador y los entrevistados. Además, este modelo busca el punto de las significaciones en las personas, grupos y grandes sociedades” (p. 24).

Etnográfico

El enfoque etnográfico para el estudio de los grupos humanos se inició con los antropólogos, llegando a la conclusión de que solo en el campo se podía encontrar de verdad la dinámica de la experiencia humana vivida. En consecuencia, la antropología desarrolló una forma de investigación etnográfica. La etnografía es un método o conjunto de métodos cuya principal característica es que el etnógrafo participa en la vida diaria de las personas durante un periodo de tiempo, observando que pasa, escuchando que se dice, haciendo preguntas y recogiendo cualquier dato disponible que sirva para iluminar el tema de su investigación. La etnografía es

también un texto, la presentación de los resultados de una investigación en la que se han aplicado estos métodos (Bello, 2016).

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de operacionalización

La variable “es una propiedad que puede medirse y observarse. Este concepto se aplica a personas, objetos, hechos y fenómenos que el investigador quiere medir, teniendo su máximo valor cuando dentro del trabajo pueden llegar a medirse entre sí” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 105). La variable es un elemento seleccionado por el investigador para estudiarlo, siendo este elemento un problema social que se busca cuantificar y obtener resultados que busquen solucionar un problema: social, cultural, jurídico e incluso, médico.

La elección de una variable es una parte fundamental de la investigación ya que esta unidad, traza el camino para el proyecto y cuya postulación derivará en la creación del marco teórico, cuestión que es el cuerpo de todo proyecto de investigación; su elección es de un carácter importante para el investigador, ya que siempre depende de ella para encaminarse en el camino de la realización de un trabajo de tesis; la pérdida de una variable tambalea cualquier investigación por muy sólida que esta se muestre.

Variable independiente

La variable independiente es el elemento que manipuló a la dependiente, considerado como la raíz del problema planteado. La variable independiente intentó guiar la investigación y no necesita de nadie, más que de sí mismo para emplearse en cualquier investigación. No obstante, el investigador puede agregar la cantidad de variables de forma independiente que considere indispensable para el planteo de cualquier fenómeno social que aqueje a la ciudadanía. }

“La variable independiente, manipula a la variable dependiente, ya que ésta es la que considera como causa. Además, el investigador, puede incluir en el estudio la cantidad de variables independientes que considere necesario” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.130). En ese sentido, esta variable es la que guía y la que opera sobre la variable dependiente, cuya subordinación es necesaria para lograr su estudio de manera eficiente.

Mensaje

Del Carpio (2012), el mensaje “constituye un medio de preservar la sociedad considerando su cultura y sus costumbres, poseen una connotación y denotación orientado a un receptor” (p.31).

Variable dependiente

La variable dependiente es la variable subyugada por la independiente y cuya función es la de medir los alcances seleccionados en el estudio del fenómeno social. Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014) definieron que “la variable dependiente no se manipula, sino que se mide para ver el efecto que la manipulación de la variable independiente tiene de ella (p. 45).

La variable dependiente no debe ser manipulada sino servir para medir los alcances que pueda tener la investigación y cuyos resultados son registrados para un máximo control de las consecuencias que tiene este fenómeno y sus efectos en una determinada población, elegida previamente por el investigador para un mejor análisis; y el grado de influencia que tiene la variable independiente sobre la dependiente.

Identidad Cultural

Frías (2018), señaló que la identidad cultural:

Concepto que una persona tiene sobre sí misma, involucrando también la opinión y apreciación que tienen los demás sobre ella y su cultura. Esto se produce por el sentido de pertenencia que cada individuo tiene hacia la matriz cultural de la cual proviene, y por su cooperación en pro de la conservación de su historia y saberes comunitarios (p.53)

Variable interviniente: familias quechuahablantes

La variable interviniente es una variable que afecta o tiene la posibilidad de afectar el efecto que causa la variable independiente sobre la variable dependiente, se suele decir que esta variable extraña o desconcertante. Esta variable suele quedar al margen de los trabajos de investigación y es difícil su medición, aunque esta variable ayudará a entender la influencia o peso que pueda tener en la variable independiente y la dependiente.

Operacionalización de las variables

Esta	investigación	cuenta	co
------	---------------	--------	----

Matriz de Operacionalización

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de las Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES					
“Análisis del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”					
UNIDAD TEMÁTICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DISEÑO DEL MÉTODO
Mensaje	Del Carpio (2012), el mensaje “constituye un medio de preservar la sociedad considerando su cultura y sus costumbres, poseen una connotación y denotación orientado a un receptor” (p.31).	El mensaje es la idea, pensamiento o postura que desea transmitir al receptor	Mensaje connotativo	a) Significado b) Subjetivo	Tipo de investigación: Aplicada de carácter cualitativo y nivel interpretativo. Diseño: Investigación- acción Población y muestra: En la presente investigación la población – muestra son un grupo de personas quechuahablantes y especialistas que conocen y dominan los términos propuestos en el tema de investigación. Instrumento: Guion de entrevista Técnica de recolección de datos: Entrevista
			Mensaje denotativo	a) Significante b) Significación	
			Mensaje subliminal	a) Inconsciente b) Percepción	
Identidad cultural	Frías (2018), la identidad cultural es el “concepto que una persona tiene sobre sí misma, involucrando también la opinión y apreciación que tienen los demás sobre ella y su cultura. Esto se produce por el sentido de pertenencia que cada individuo tiene hacia la matriz cultural de la cual proviene, y por su cooperación en pro de la conservación de su historia y saberes comunitarios” (p.53).	Es la apreciación que tiene una persona y los sentimientos que siente por un lugar y su identificación	Elementos culturales	a) Costumbres b) Creencias	
			Conocimiento	a) Historia b) Patrimonio cultural	
			Emotivos	a) Valores b) Sentimientos	

Muestreo no probabilístico

El muestreo no probabilístico no otorga una certeza cabal de cada individuo que formó parte de esta investigación. Asimismo, no evidencia que el estudio simbolice a la población, cuya selección de individuos obedece a ciertos criterios que el investigador establece, siendo que su grado de confiabilidad es menor en comparación con el muestreo probabilístico. El muestreo no probabilístico se caracterizó por:

La selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, etc. que él (los) investigador (es) considere (n) en ese momento; por lo que pueden ser poco válidos y confiables o reproducibles; debido a que este tipo de muestras no se ajustan a un fundamento probabilístico, es decir, no dan certeza que cada sujeto a estudio represente a la población blanco (Walpole et al, 1996 citado por Otzen y Manterola, 2017).

Este tipo de muestreo no entrega una certeza válida para la personificación de la población que se intentó estudiar y cuyo fundamento no contiene datos probabilísticos que logren constituir de manera eficiente a la población que se deseó estudiar. La adopción de este muestreo se debió a la ubicación de personajes que tuvieron relación con la población y cuyas características comparten con el grupo de estudio elegido.

Opinático o Intencional

Según Otzen y Monterola (2017) esta técnica:

Permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos. Se utiliza en escenarios en las que la población es muy variable y consiguientemente la muestra es muy pequeña (p. 230).

Asimismo, López (s.f.) opinó que “este tipo de muestreo se caracterizó por un esfuerzo deliberado de obtener muestras “representativas” mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos” (p.4). Esta

técnica buscó la opinión de los entrevistados como una muestra para recoger el punto de vista subjetivo de los participantes y expertos que aclaren el fenómeno estudiado.

Esta técnica fue la más utilizada en las pasadas campañas políticas, cuya meta fue recoger las opiniones de la población sobre determinados candidatos que buscaron ocupar un puesto de alcalde en las anteriores votaciones. Su valor se mostró en las encuestas recogidas por las diferentes encuestadoras de opinión sobre el próximo alcalde de Lima y cuya precisión fue más ágil y efectiva que la propia Organización Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) ubicados en el distrito de Lima.

Población

El concepto de población tiene diversos y muy variados significados; sin embargo, se llegó a un consenso entre las distintas disciplinas académicas que determinaron que es el conjunto de personas que comparten características tanto sociales, culturales y viven en un determinado lugar compartiendo normas, hábitos y leyes, y cuyas estructuras sociales son impuestas en el marco de la igualdad, el respeto y los derechos fundamentales del ser humano.

Según Moya (2014) “En biología, el concepto de población es igualmente fundamental (...) están constituidas por conjuntos de individuos con (...) características fenotípicas y los cambios que se producen en ellas a lo largo del tiempo” (p. 552). Esta población compartió símbolos que reconocen como propios, un idioma semejante y ritos propios de una religión. La población puede tener niveles socioeconómicos muy distintos en un mismo lugar y categoriza su condición frente a los demás.

Población de la entrevista

La población de este trabajo de investigación son los integrantes del grupo Rimayksunchis un espacio de enseñanza del idioma quechua, perteneciente a la Casa de la Literatura. Asimismo, dicha población se complementa con la integración de expertos sobre este tema como 5 personas quechuahablantes, 3 comunicadores, 1 semiólogo y 1 antropólogo para complementar este informe de

tesis.

Población de la guía de observación

En esta guía se evidencia diversos mensajes que este grupo de estudio: “RimayKusunchis: hablemos quechua” emitió para resaltar su identidad cultural y su herencia con el quechua.

Tabla 2 Tabla de Mensajes

Mensaje	Tipo	Interpretación
Nuestro canto quechua en la tierna voz de una flor del ande.	Connotativo	Uno de los miembros de este grupo de estudio se siente emocionado por la voz de una niña (flor del ande) que canta una canción en quechua.
¡Vamos Perú, excelente narración de los goles en Quechua! Desde el Cusco para el mundo.	Connotativo	El emisor expresa su felicidad por la victoria de un partido de fútbol entre Perú y Chile, narrado en Quechua.
En el quechua no existe diptongos (unión de dos vocales) ni triptongos (unión de tres vocales). Se reemplazan por (y-w).	Denotativo	El mensaje emitido expresa las reglas gramaticales para escribir en quechua.
¿Cuál es el estereotipo que le damos al campesino y campesina?	Subliminal	En este mensaje se asume que existe un estereotipo referente a la representación de un campesino (quechuahablante), condicionando al receptor a pensar del campesino de forma negativa
Quisiera hablar quechua con fluidez	Connotativo	Este mensaje expresa el deseo de un miembro de este grupo de estudio por tener un mayor conocimiento del quechua.
Saber quechua es una necesidad, en ciertos ámbitos mucho más imperiosa que en otros. Aprenderlo, entonces, no es un capricho, sino la oportunidad de acceder a una herramienta imprescindible en la generación de beneficios materiales e intangibles	Denotativo	El quechua es un idioma que necesita ser aprendido por las nuevas generaciones debido a que se ha vuelto una herramienta necesaria para futuros beneficios
Se sabe que este idioma nuestro es de gran antigüedad y que su uso está asociado indeliblemente a las culturas andinas de reconocimiento y logros inestimables.	Denotativo	El idioma quechua data desde hace mucho tiempo en nuestra sociedad, incluso anterior al imperio incaico. Sin embargo, no se puede negar su relación con las culturas prehispánicas de gran reconocimiento mundial.

Muestra

La muestra de un trabajo de investigación personifica la población elegida para estudiarla de una forma contundente y eficaz. Esta muestra encarnó de forma precisa a la población que se deseó estudiar. A su vez, encerró las características, rango de edad, rasgos físicos, sociales y culturales que representó de forma disminuida la población de un mayor rango.

Según García, Reding y López (2013) “la muestra de un estudio debe ser representativa de la población de interés. El objetivo principal de seleccionarla es hacer inferencias estadísticas acerca de la población de la que proviene” (p. 217). El fin de seleccionar una muestra consistió en encontrar referencias que son representados por esa muestra y la entrega de datos estadísticos de la población de la que se sustrajo.

Tamaño muestral

El tamaño de la muestra es la cantidad de individuos que pertenecen a la muestra, para obtener la información requerida de los ciudadanos, según Fisher (1994) citado por López (2004) indicó que “el tamaño de la muestra debe definirse partiendo de dos criterios: De los recursos disponibles y de los requerimientos que tenga el análisis de la investigación”.

En el siguiente cuadro debemos:

Tabla 3 Tamaño Muestral

Población	Frecuencia	Porcentaje
Antropólogo	1	10%
Semiólogo	1	10%
Comunicadores	3	30%
Personas quechuahablantes	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración

propia Frecuencia:

$x \cdot 100 / \text{el total}$

3.3 Escenario de estudio

La Casa de la Literatura Peruana es un centro cultural a cargo del Ministerio de Educación, cuya ubicación se encuentra en el Jirón Ancash 207 – Cercado de Lima y abrió sus puertas al público el 20 de octubre de 2009. La Casa de la Literatura Peruana es un espacio creado para incentivar la cultura, un lugar para la literatura y reunir a escritores, lectores y literatos para la difusión de la lectura en nuestra sociedad.

Sin embargo, este edificio fue construido en 1630 como una capilla para la Virgen de los Desamparados, cuya Orden se encargaba de sepultar a los muertos de los campos y los que eran ejecutados por la justicia. A pesar de ello, este lugar fue cedido a The Peruvian Corporation Limited para la construcción de una estación de tren llamada los Desamparados en 1870, siendo utilizado por los limeños hasta 1908 cuando un feroz incendio destruye esta hermosa construcción, volviéndose a reconstruir por el famoso arquitecto Rafael Marquina y Bueno.

El 28 de diciembre de 1972 dicha estación es declarada Monumento nacional con el fin de evitar su demolición en favor de otro edificio. Actualmente, la Casa de la Literatura ofrece distintos talleres en favor de la educación y la cultura como El voluntariado Abuelas y Abuelos Cuentacuentos cuyo objetivo es la capacitación de adultos mayores en narración oral y fomentar la lectura, el club de Lectura y el grupo Rimayksunchis, un espacio de enseñanza del idioma quechua, dirigido a personas quechuahablantes que tienen dificultades para practicar este idioma.

3.4 Participantes

Comunicador: profesional que se encarga de transmitir un mensaje a un público, a través de un medio de comunicación, de forma tradicional o multimedia. Este profesional trabaja en diferentes ámbitos y cuya función es la difundir información de manera clara, eficaz y transparente. El comunicador estudia los fenómenos sociales e interpreta sus características en la sociedad con el fin de

comprender nuevas corrientes de pensamientos.

Antropólogo: profesional científico que estudia diversos campos antropológicos, es decir, que estudia el comportamiento social de un grupo de personas y que busca resolver problemas que padecen la humanidad. El campo de un antropólogo se especializa en conocer las relaciones que tienen un grupo de personas y entender su cultura, sus comportamientos que pueden observarse en determinadas circunstancias.

Comunicador con especialidad en semiótica: La profesión de Ciencias de la Comunicación, es una carrera muy amplia de una de sus especialidades es la semiología, mediante ello se explica e interpreta los signos de diferentes maneras en la comunicación, donde se explica significantes y significado. Teniendo como objetivo que a través de la comunicación se pueda estudiar los signos que forman parte de la materia de la semiótica, por ello las imágenes se pueden analizar con los signos para su mejor estudio.

Personas quechuhablantes: son las personas que tienen como lengua de origen al quechua y cuyas costumbres, comportamientos y culturas afines con su lengua y la influencia de sus antepasados; su edad oscila entre los 25 a 45 años, migrantes de las regiones que componen la sierra peruana; su voluntad y su entereza lograron que escalen socialmente en comercios de los conos de la ciudad.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias son los datos de información que se recopilaban de forma directa con técnicas cualitativas, esta información se reunió con el objetivo de abordar el problema general, como las principales características. Estos datos surgieron en una investigación con enfoque cualitativo, cuyo propósito busca entregar conocimientos para una mejor comprensión del problema y la situación donde se desarrolló. Estas técnicas consisten en: entrevistas a profundidad, observaciones y grupos focales.

Sánchez (2014) las fuentes primarias son las descripciones de una investigación de forma escrita por el investigador, cuya responsabilidad es la de recopilar información de forma ordenada. Su objetivo es obtener datos que profundicen, aclaren y sitúen una

problemática en su contexto; su imposición genera cuestionamiento no percibidos en primera instancia y que enriquecen esta investigación.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Carrasco (2005), señaló lo siguiente: “Constituyen el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada una de las etapas de la investigación científica [...]” (p.274). En esencia, la técnica es la metodología que se utilizará en el momento de realizar la entrevista.

Entrevista

La entrevista se consideró como “técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos (...), es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda (...), presenta la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles” (Díaz, Torruco, Martínez y Varela, 2013, p. 163). La entrevista se caracterizó por ser un diálogo más técnico que coloquial, que surgió entre el entrevistado y el investigador cuyo fin buscó responder las interrogantes sobre la problemática que estudia el investigador y cuya profundidad, detalle recabó información valiosa e inesperada para los involucrados.

La entrevista fue considerada como una valiosa herramienta para los investigadores, ya que pudo recoger respuestas de calidad y con mayor profundidad de la problemática que se estudió a comparación del cuestionario que sólo tuvo respuestas limitadas y de formato de alternativas. Además, cada entrevistado aportó información de calidad por los diversos profesionales.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son la descripción de un estudio o de la recopilación de estudios que fueron redactados por un tercero, distinto al autor de la investigación de origen, estas fuentes ofrecen información relevante para un tema de investigación y cuyos datos analizados por otros expertos que tienen relación con el temario. Los datos utilizados en esta investigación, cuya información que se recopiló basada en las variables de este proyecto.

Las bases de datos, los repositorios de universidades, instituciones públicas y ministerios de gobiernos peruanos como extranjeros. Toda la información recopilada por el investigador está basada en estudios realizados por dichas instituciones, dichas fuentes secundarias aportan nuevas luces para guiar la investigación y aportaron información de las variables elegidas en dicho proyecto.

Según Salazar y Laurent (s.f.) las fuentes secundarias se definieron como los registros, materiales, oficios, documentos emitidos por ministerios públicos, libros y artículos científicos cuyo objetivo es beneficiar el proyecto de investigación u cuya accesibilidad permite conocer los datos necesarios así como la información que puedan ser consultadas de forma directa.

Un claro ejemplo sería la recopilación de tesis, artículos científicos, fuentes periodísticas y audiovisuales que mencionen una u otra variable de la investigación que guíe esta problemática; cuya importancia es la de tener la mayor cantidad de documentos al alcance del investigador para las posibles consultas puntos de vista que poseen y cuya guía allanó el camino para que la investigación tuviera nuevos enfoques para explorar.

Instrumento: Guion de entrevista

Instrumento

Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifestaron: “Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente” (p.199). El instrumento utilizado es una herramienta primordial para la recolección y procesamiento de información.

3.6 Procedimiento

Entrevista Estructurada

Las entrevistas estructuradas se caracterizaron por ser instrumentos que fijan un orden para realizar a los entrevistados y cuyas ventajas son mayores que las semi estructuradas porque existe un mejor sistema para clasificar las preguntas y analizarlas para recoger los datos más pertinentes en la investigación. Asimismo, las entrevistas estructuradas son más objetivas y de mejor confiabilidad al tener un orden para preguntar y evitar improvisar en la entrevista.

Las preguntas se fijan de antemano, con un determinado orden y contiene un conjunto de categorías u opciones para que el sujeto elija. Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, la cual facilita la clasificación y análisis, asimismo, presenta una alta objetividad y confiabilidad. Su desventaja es la falta de flexibilidad que conlleva la falta de adaptación al sujeto que se entrevista y una menor profundidad en el análisis (Díaz, Torruco, Martínez y Varela, 2013, p. 163).

La única desventaja que aportó la entrevista estructurada es que carece de flexibilidad para la comodidad del entrevistado y la reducción de profundidad si fuera una charla más distendida. Es por ello que el investigador debe prever esta dificultad e implementar estrategias para que la entrevista sea más amena y cómoda para el entrevistado, cuya actitud se ve reflejada en el intercambio de información con el entrevistador.

3.7 Rigor científico

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirmaron que:

La indagación cualitativa pretendemos realizar un trabajo de calidad que cumpla con el rigor de la metodología de la investigación. Los principales autores en la materia han formulado una serie de criterios para intentar establecer un paralelo con la confiabilidad, validez y objetividad cuantitativa, los cuales han sido aceptados por algunos investigadores, pero rechazados por otros. (p.471).

Validez

Jaramillo, Valarezo y Astudillo (2014) consideraron que los conceptos de validez y de confiabilidad aportan un rigor científico, cuyo objetivo busca que la

investigación sea de carácter científico y sea de una alta calidad para su próximo análisis y la presentación de resultados que reflejen de forma confiable el verdadero contexto de esta problemática. Su importancia surge por la necesidad de un grado de confiabilidad que necesitan las investigaciones de carácter cualitativas.

Tabla 4 Validez de los Datos

			<i>J</i> <i>2</i>	<i>J</i> <i>3</i>	<i>Media</i>	<i>DE</i>	<i>V</i> <i>Aike</i> <i>n</i>	<i>Interpretación</i> <i>de la V</i>
ITEM 1	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 2	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
ITEM 3	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 4	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 5	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
ITEM 6	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 7	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 8	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
ITEM 9	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 10	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
ITEM 9	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 10	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Relevancia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido

ITEM 11								
	<i>Pertinencia</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
	<i>Claridad</i>	3	3	4	3.33333	0.58	0.78	Valido
ITEM 12	<i>Relevancia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Pertinencia</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido
	<i>Claridad</i>	4	3	4	3.66667	0.58	0.89	Valido

Criterios de evaluación del instrumento

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Método de promedios

El método de promedios consiste en una fórmula que consiste en obtener datos de una manera aritmética de cierta información recogida para obtener resultados en cada investigación. La acumulación de información para calcular el promedio y cuyos elementos, buscaron un resultado del estudio de un fenómeno social. Esta fórmula matemática intenta calcular el tamaño de la muestra para realizar una entrevista.

Tabla 5 FÓRMULA DE AIKEN

$$V = \frac{\bar{x} - l}{k}$$

Dónde:

- V = V de Aiken
- \bar{x} = Promedio de calificación de jueces
- k = Rango de calificaciones (Max-Min)
- l = calificación más baja posible

N° Items		□	DE	V Aiken
Item 1	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 2	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 3	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 4	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 5	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 6	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 7	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 8	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 9	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 10	Relevancia	3.666667	0.58	0.89
	Pertinencia	3.666667	0.58	0.89
	Claridad	3.666667	0.58	0.89
Item 11	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78
Item 12	Relevancia	3.333333	0.58	0.78
	Pertinencia	3.333333	0.58	0.78
	Claridad	3.333333	0.58	0.78

Tabla 6 Aprobación de expertos según V Aiken (total)

Expertos	Aplicables
Alberto Garay Avendaño	0.78 (Valido)
Katherine Orbegosos Csstillo	0.78 (Valido)
Humberto Acuña Valencia	0.78 (Valido)

3.8 Métodos de análisis de datos

En esta etapa de la investigación, cada entrevistado recibirá un cuestionario con 12 preguntas enfocadas en las tres dimensiones de la variable mensaje y tres dimensiones de la variable identidad cultural, apoyándose en la técnica de la entrevista y el instrumento: entrevista, que buscan analizar las principales características del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018. Asimismo, las repuestas estarán detalladas en un cuadro con los criterios de pertinencia, relevancia y claridad en cada pregunta para que sea analizado por los evaluadores.

3.9 Aspectos éticos

Los aspectos éticos son un componente fundamental en una investigación cualitativa, porque debe estar presente desde el inicio hasta el final el proyecto. Las tomas de decisiones de enfoque éticos producen conductas éticas que establece reglas claras, cuyas situaciones unido a juicios morales, su deficiencia corrompe al investigador y a la investigación, perjudicando a la ciencia y a sus productos.

Estos aspectos éticos se notan en la práctica científica como un ejercicio de la libertad del investigador, implementando valores de verdad, equidad y justicia, guíen los aspectos orales de toda la investigación. La ética comunicativa se caracteriza por estudiar la dignidad del ser humano y sus

manifestaciones en la sociedad y el respeto de los derechos humanos.

Objetividad: El estudio de esta investigación se fundamenta en criterios, herramientas y técnicas.

Originalidad: Este proyecto es propio, por lo que no existe un plagio intelectual, y demuestra de las citas de fuentes bibliográficas de la información obtenida.

Veracidad: La información expuesta será verdadera, protegiendo la confidencialidad de la investigación y escribiendo objetivamente.

IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN

Análisis e interpretación de los resultados

La presente investigación busca resolver el problema general ¿Cuáles son las características del mensaje de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018? A partir de un conjunto de entrevistas a 5 personas quechuahablantes, 3 comunicadores, 1 comunicador con especialidad en semiología y 1 antropólogo basado en el diseño interpretativo en un enfoque etnográfico.

Del Carpio (2012), señaló que el mensaje “constituye un medio de preservar la sociedad considerando su cultura y sus costumbres, poseen una connotación y denotación orientado a un receptor” (p.31). Las entrevistas se realizaron a cada una de las personas que conforman la muestra, cuyas respuestas se presentan a continuación:

Pregunta 1: ¿Considera usted que los mensajes emotivos tienen mayor significado en el receptor?

La primera pregunta busca analizar el indicador: significado, orientado por la variable mensaje, evidencia lo siguiente:

Sí, debido a que los mensajes emotivos están cargados de emociones que muchas veces logran llegar al corazón de las personas. Quedando muchas veces en la memoria del receptor.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, genera un sentimiento de felicidad, que si me siento identificada con sus mensajes me llenan de alegría y me hacen recordar una situación pasada, como un recuerdo.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, me emocionó con facilidad con mensajes que están cargados de emociones y sentimientos debido a que estuve fuera del Perú durante muchos años y al regresar al país, mis emociones son más fuertes.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Es una herramienta utilizada en nuestra carrera para generar empatía hacia nuestros receptores para que de forma inconsciente se acerquen a lo que queremos transmitir. Esta herramienta es utilizada con frecuencia en la publicidad para crear un vínculo entre un producto y un cliente.

Catherine Arias, comunicadora social.

Yo si considero que los mensajes emotivos tienen mayor significación en el receptor porque el ser humano es un ser de emociones, entonces, lo que te cause mayor emoción tendrá mayor impacto en su psique, en su comportamiento, en su conducta, en su forma de pensar.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Análisis

Según las respuestas recogidas en esta investigación de los diez entrevistados para que opinen sobre este tema. Se registró que siete personas entre ellas, tres miembros de familias quechuahablantes, una comunicadora social y un antropólogo estuvieron a favor de que los mensajes emotivos tienen mayor fuerza en el receptor, debido a que apelan a sentimientos que albergan quien las recibe, el significado de este mensaje será mayor para las personas que han vivido una situación que se asemeja con el mensaje transmitido.

Sin embargo, otras tres entrevistados respondieron esta pregunta de forma negativa, que los mensajes emotivos tienen un mayor significado para quien lo recibe.

No, porque eso depende en mayor medida de la persona que recibe dicho mensaje y su personalidad. Las personas más sensibles son más vulnerables a este tipo de mensajes.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

No, es importante que los mensajes sean utilizados para que expresen una idea de forma que todo el mundo pueda entenderlos. Es importante el mensaje, no su emotividad.

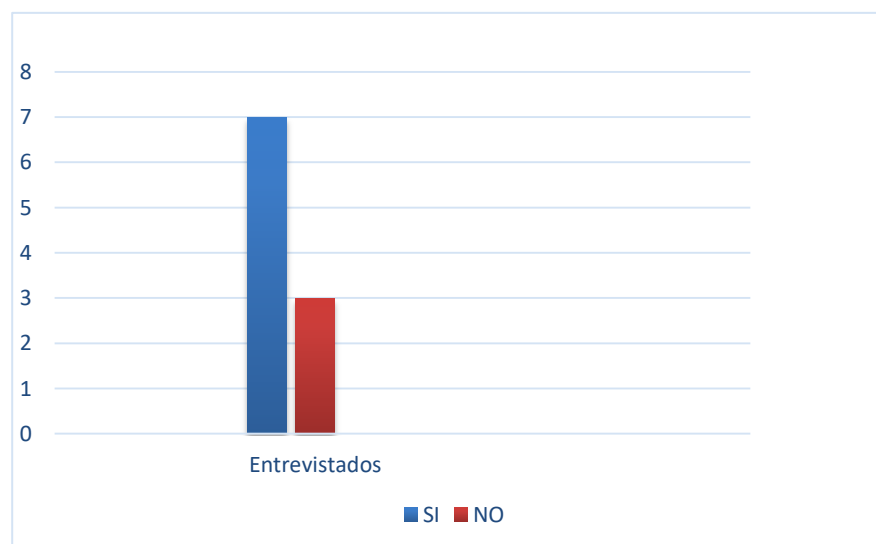
Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

No es que tenga mayor significado en el receptor si se utiliza este tipo de mensajes sino el impacto que se imprimen en el público que lo recibe. Un buen mensaje que se deja en la sociedad es la trascendencia que tiene en los usuarios con el tiempo y es recordado por el público.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Es evidente que los tres entrevistados restantes no están de acuerdo con dicha pregunta debido a que consideran que es el contenido de los mensajes los que marcan la pauta para que sientan que el significado es más importante. Consideran que es el impacto es más eficaz para la eficiencia en dichos mensajes.

FIGURA 1:
LOS MENSAJES EMOTIVOS TIENEN MAYOR SIGNIFICADO EN EL RECEPTOR



2: ¿Considera usted que una persona que utiliza palabras que el receptor no conoce su significado, puede enviar un mensaje distorsionado?

Sí, porque cada palabra tiene un valor diferente, un significado distinto para las personas dependiendo del grado de educación que tengan, no lograrán entenderse y se sentirán ciertamente frustrados.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, debido a que los peruanos somos una cultura multicultural y cada persona se comunica dependiendo de su lugar de origen, trayendo consigo, palabras con su propio significado.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, si el receptor no conoce las palabras, el significado de las palabras que usa la persona que le está hablando, sí, es bastante posible que se envíe, un mensaje distorsionado, sino se conoce el significado adecuadamente las otras personas pueden no entenderlo y hasta pensar de que está mal hablado y que lo que hablan ellos es lo correcto y eso creo que pasa con los malos entendimientos entre grupos humanos.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Sí, debido a que cada palabra cuenta al momento de comunicarse con otra persona. Siendo esto difícil, lo es aún más cuando dos personas no comparten el mismo idioma. Muchas veces, lo que queremos comunicar se ve afectado debido a que no utilizan las palabras precisas para decirlo, creando malentendidos, sin darnos cuenta.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, considero que un mensaje puede ser distorsionado si la comunicación entre emisor y receptor no es fluida, si no comparten el mismo entorno social,

cultural o académico debido a que se encuentran socialmente muy separados entre sí, y su grado de comunicación puede que no sea la ideal. Sin embargo, la empatía del emisor cuenta mucho en este asunto.

Catherine Arias, comunicadora social.

Si, por supuesto. Los mensajes distorsionados más conocidos son los utilizados en la publicidad debido a que intentan venderte una imagen y ser más agradable en el público. Es por ello, que utilizar las palabras correctas es un asunto importante para establecer fuertes relaciones sociales, sobre todo cuando dos culturas chocan entre sí, como lo es la cultura peruana y pluriculturalidad tan marcada.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Análisis

De los diez participantes en este trabajo de investigación, ocho participantes consideraron que una persona que utiliza palabras que el receptor no conoce su significado, puede enviar un mensaje distorsionado, debido a que el conocimiento es una fuente necesaria para un entendimiento entre dos personas y posiciones sociales para llegar a futuros acuerdos y convenios que beneficien a ambas partes. Un asunto de vital importancia es la empatía que debe mostrar el emisor para tener la paciencia de hacerle entender el mensaje que sea transmitir.

No, porque si estas palabras se acompañan con los gestos, las señales lograrán transmitir dicho mensaje. Sin embargo, si no se entiende dicho mensaje puede ser repetido con palabras más simples por el emisor o explicarle de manera clara lo que se quiere transmitir.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

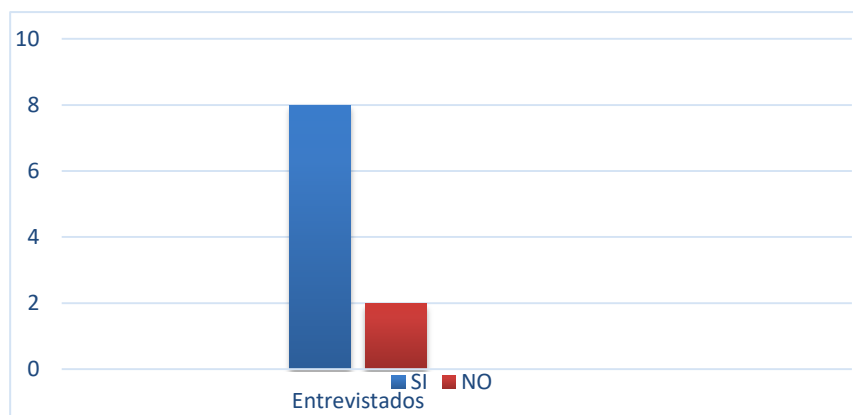
No creo que un mensaje pueda ser distorsionado si no existiera una intención de una persona para hacerlo de esa manera, creo que muchas veces,

depende de la persona que intenta enviarte ese mensaje. Muchos tienen malas intenciones para perjudicarte

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

No obstante, dos participantes de esta investigación, negaron dicha pregunta debido a que no es necesariamente correcto que sólo con la comunicación verbal, uno pueda comunicarse, se resaltó la comunicación no verbal basado en gestos, muecas y expresiones del emisor para hacerse entender. Asimismo, resaltaron la existencia de una intención oculta para evitar esta comunicación de forma deliberada, y crear conflictos de manera intencional para distraer al público con problemas no relevante para nuestra sociedad.

FIGURA 2:
UNA PERSONA QUE UTILIZA PALABRAS QUE EL RECEPTOR NO CONOCE SU SIGNIFICADO, PUEDE ENVIAR UN MENSAJE DISTORSIONADO



Pregunta 3: ¿Considera usted que existen mensajes que refuerzan la imagen de un quechuahablante?

Claro que sí, tenemos la educación por generaciones de ciertos signos de rechazo por ciertas características de otras personas, e incluso padres que sin tener la intención de inculcar en sus niños el ser racistas, lo cometen y pues uno crece con dichos prejuicios establecidos.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, hay tonos de voz que no puedo describir, pero que se reconocen al instante, que los usan de manera despectiva para remarcar el hecho de que alguien sea quechuahablante. También pasa que cuando alguien usa alguna palabra en quechua o haga referencia a esta cultura, sea generadora de burlas.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque pasa con la forma de vestir de cada uno. Hay personas que también clasifican a otras por la manera de vestir, por la personalidad y por cosas de marca, siendo que si no eras igual a ellos, te ignoraban.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, existen mensajes que refuerzan la imagen de un quechuahablante para mal muchas veces, generalmente, por ejemplo, en la televisión, aunque no se refiere a los quechuahablantes en particular sino a la gente andina en general por ejemplo la Paisana Jacinta y ese tipo de cosas, lo que hacen es reforzar la idea de que la gente de la sierra es así, tal cual y aunque la gente de la misma sierra se ría con eso, es una manera auto flagelante, es como “se burlan de mí y me río de esa burla porque no la consideró que este mal aunque refuerza los estereotipos de mi grupo social.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Anteriormente, la televisión usaba a personajes quechuahablantes de la sierra para la comedia y burla. Sin embargo, ahora ya no es también visto porque es denunciado de racismo, lo cual considero está bien. Sí, creo que la imagen de un quechuahablante es mejor aceptada porque ahora los jóvenes son más tolerantes y abiertos a los cambios.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, la imagen de un quechuahablante se ha mantenido vigente a pesar del tiempo transcurrido, pese a los maltratos, comportamientos racistas y discriminatorios de personas de posición socioeconómica alta. Sus costumbres y

creencias se han mantenido con ellos, pese a dejar de vivir del interior del país hacia la capital. Esta situación se debe a su fuerte determinación a conservar su cultura.

Catherine Arias, comunicadora social.

Sí, la imagen de un quechuahablante, si es retrata de distintos medios de comunicación. Al inicio, utilizada de forma negativa para forzar estereotipos que caracterizaban a este grupo social, muchas veces utilizando la comicidad para disfrazar este tipo de racismo. Sin embargo, esta situación ha cambiado debido a que las personas, en especial los jóvenes son más conscientes y sensibles para criticar este tipo de caracterización. Un ejemplo de ello, fue el caso de un grupo de personas reclamaba la cancelación de la emisión del programa televisivo de La Paisana Jacinta debido a que no representaba de forma correcta o halagüeña a la comunidad andina, tan presente en nuestra sociedad.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Sí, por supuesto, especialmente de la televisión, siendo que es una exposición pública de la imagen de muchos estereotipos que era considerado sucio, malhablado, mal vestido e ignorante. Felizmente, esto ha disminuido y ya no hay tanta discriminación como en mi juventud que afectó a muchos provincianos como yo.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

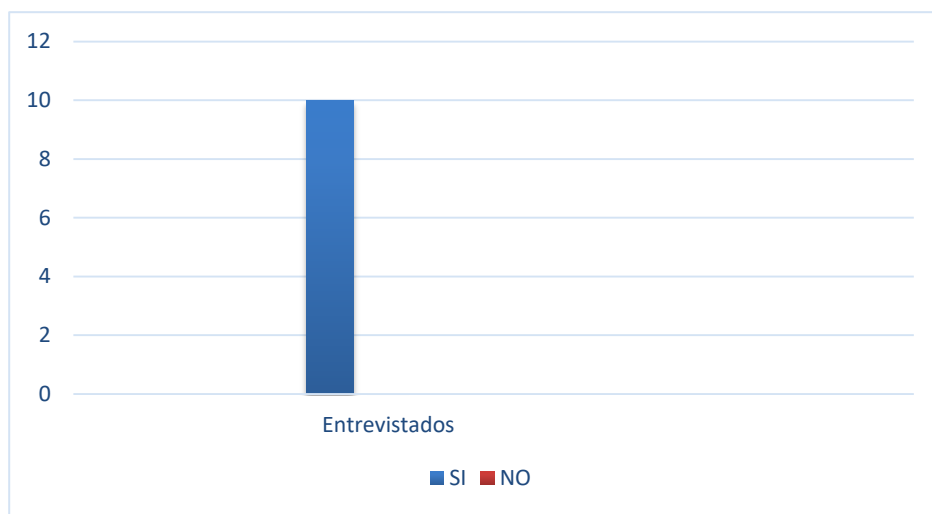
Análisis

Para los diez entrevistados, sí existe una imagen representativa del quechuahablante en la sociedad. No obstante, dicha imagen fue presentada de forma negativa debido a que el quechuahablante era caracterizado como una persona ociosa, malhablada y carente de valores, generando estigmas y dañando una comunidad tan golpeada por situaciones conflictivas como el terrorismo y las carencias sociales propias de la región donde nacieron.

Cabe agregar, los participantes señalaron que en la actualidad dicha imagen ha cambiado debido a que los jóvenes tienen mayor acceso a información, más acceso a

la educación y la evidencia de la implementación de valores más culturales como un símbolo de identidad cultural. Este punto se incrementó debido a la revalorización de los elementos culturales y arquitectura como el reconocimiento de Machu Picchu, se expandió con la valoración de la gastronomía peruana y se continúa creciendo. Esta revalorización crece la identidad cultural y en consecuencia, crece la autoestima de los peruanos por sentirse parte de una cultura tan atrayente como es la peruana.

FIGURA 3:
EXISTEN MENSAJES QUE REFUERZAN LA IMAGEN DE UN QUECHUAHABLANTE



Pregunta 4: ¿Considera usted que se transmiten mensajes que dañan el concepto de una persona quechuahablante?

Sí, muchas veces las personas se dejan guiar por la forma en cómo son retratados las personas quechuahablantes en televisión y en la publicidad.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Si, como si las personas quechuahablantes serán inferiores a los que hablamos español y del español con respecto al inglés, y no solamente con el idioma, la música, la vestimenta, el color de piel, etc.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque muchas personas creen que dan mal aspecto a los lugares turísticos del Centro de Lima, ya que continúan existiendo personas racistas en nuestra sociedad, utilizando términos racistas y discriminatorios.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, hay mensajes que transmiten un concepto que daña, si los hay, en lo cotidiano, los que hablan quechua son menos civilizados, que los que hablan castellano. Yo creo que este problema está en todo nivel desde lo cotidiano hasta lo público, pero en lo cotidiano es donde se habla más. Luego, está la parte donde el quechua está considerado negativo como lo malo, como un lastre para el desarrollo. Por ejemplo, el enamorado de mi hermana es hijo de padres quechua, sin embargo, a él no le han enseñado, esto se debe a que los padres piensan que los hijos que no deben aprender quechua por eso lo retrasarían.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Análisis

En esta pregunta existió una disputa, debido a que la mitad de los participantes están a favor y en contra. Los primeros entrevistados señalaron que sí, principalmente en televisión y en la publicidad debido a su gran alcance en la sociedad peruana, que consume el peruano promedio en su día a día. Consideran que la televisión ha representado a los quechuahablantes de forma negativa como un grupo social que es malhablado, cruel y estereotipado.

Sin embargo, la otra mitad de los entrevistados han negado que la televisión retrate de forma negativa a los quechuahablantes, como puede observarse a continuación:

No, considero que los mensajes ya no son negativos para los quechuahablantes, debido a que el Estado implementó reglamentos contra la televisión y la publicidad que discriminen a grupos sociales. También, se ha enfatizado en valorar a las personas por igual, tratarlos de forma igualitaria,

logrando una consciencia de respeto por las demás personas y denunciando actos racistas.

Catherine Arias, comunicadora social.

No. Creo que los comunicadores han entendido que utilizar este tipo de mensajes racistas o discriminatorios son mal vistos por la sociedad y provocará una serie de reacciones de su público objetivo. En redes sociales, este tipo de mensajes son duramente criticados creando discusiones sobre la situación tanto a favor y en contra. Un ejemplo de ello, son las publicidades de la marca Saga Falabella que resaltan la importancia de personajes de cabellera rubia y piel blanca, y que tuvo tanta repercusión mediática que la empresa tuvo que retirar los comerciales que presentan esta figura.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Anteriormente, sí, debido a la época en la que vivíamos en el Perú pero actualmente, no debido a la evolución de la sociedad y que los jóvenes han empezado a respetar las diferencias que nos hacen únicos, la imagen de los quechuahablantes considerado mejor y más queridos por la sociedad.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

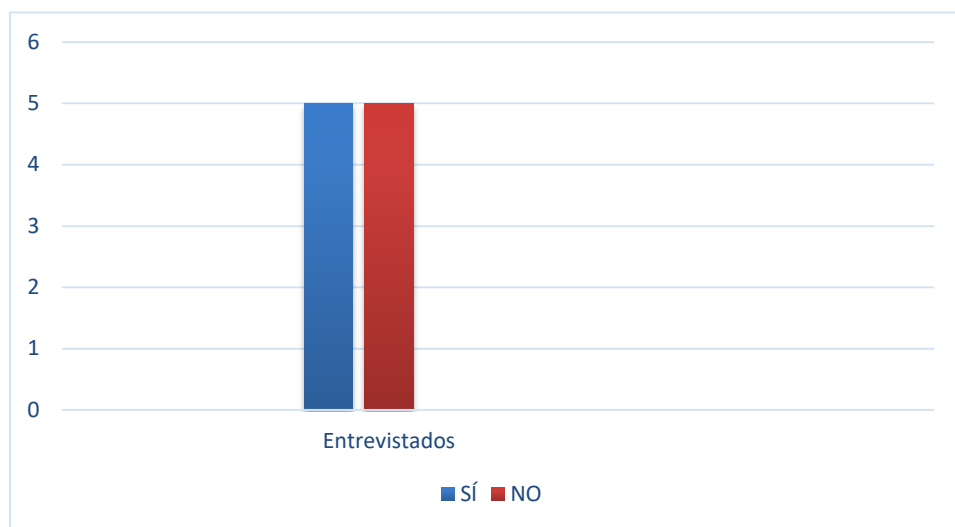
La imagen del quechuahablante ha evolucionado, ya no es considerado como algo de que avergonzarse, al contrario, las personas la tratan como una parte digna de respeto y admiración debido a que representa una parte de cultura ancestral como fueron los incas, los conquistadores de todo el territorio de Sudamérica.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta pregunta cinco entrevistados expresaron que la imagen del quechuahablante ha mejorado con el paso del tiempo, logrando que este grupo social sea visto de forma positiva, el respeto y la igualdad son dos de los valores que más se resaltan, debido a que la juventud peruana está empezando a erradicar la discriminación y el racismo tan vigentes en nuestra sociedad.

FIGURA 4:
SE TRANSMITEN MENSAJES QUE DAÑAN EL CONCEPTO DE UNA
PERSONA QUECHUAHABLANTE



Pregunta 5: ¿Considera usted que los mensajes subliminales de los medios de comunicación crean actitudes como el racismo y la discriminación en el inconsciente de una persona?

Si, son aspectos propios que vemos todos los días que alguien se pregunte ¿Cómo llegue a ser quién soy? Sería muy común.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque uno se alegra al recibir o al ver una bonita prenda, entonces se siente bien con uno mismo y se empieza a crear una imagen, porque genera confianza en uno mismo. En cuanto al color de piel, las personas suelen menospreciar a una persona no blanca.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, aunque los mensajes subliminales en general dan mensajes que de alguna manera si encierran cierta connotación discriminatoria. Por ejemplo, hace diez o quince años me gustaba coleccionar de las diferentes universidades, me gustaba coleccionar el papeleo, las propagandas (volantes) de universidades y yo veía la publicidad de las universidades particulares que te decían: “piensa en tu futuro” y en la publicidad había imágenes de personas blancas con patinetas, con gorros de

Estados Unidos y ahí te vendían la imagen que el progreso era ser blanco y clase media. Fuera de la realidad del Perú. Para mí, me causó cierta impresión. No te dice que lo andino es malo, pero de manera implícita, escondida te dice dónde está el progreso y donde no.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Análisis

Los participantes aseguraron que sí, que los mensajes subliminales instruyen de forma inconsciente a las personas para tomar diversas actitudes que el mensaje de forma escondida busca crear en el receptor. Es por ello, la existencia de mensajes que fomenten la discriminación y el racismo en personas quechuahablantes refuerzan comportamientos negativos en la conducta de las personas para comportarse de una manera desconfiada y distante. Asimismo, se resalta que, aunque un mensaje no te dice que es racista de forma abierta, de manera escondida está reforzando comportamientos que podrían considerarse que sí lo son.

Aunque, siete participantes han mostrado su rechazo a esta pregunta debido a que consideran que las personas no pueden ser manipuladas de aquella forma, debido a su propia personalidad, carácter y experiencias persona. Dichas apreciaciones pueden leerse a continuación:

Si bien es cierto que los mensajes subliminales son fuertemente influenciables para las personas, pero eso no amerita que sirva para pre juzgar, porque la calidad de persona se conoce con el trato y educación.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Considero que los mensajes subliminales tienen un alcance dependiendo de la personalidad de una persona. Mientras, más centrada y juiciosa sea la persona, menos se dejará manipular. También creo que ya no se utiliza tanto este tipo de mensajes en la comunicación como los mensajes denotativos. Sin embargo, creo que si son utilizados e noticieros para exaltar distintos tipos de actitudes negativas, pero ello siempre y cuando dependerá de la persona que reciba este tipo de mensajes.

Catherine Arias, comunicadora social.

No, no creo que los mensajes subliminales sean considerados actualmente como una herramienta para los comunicadores muy eficaz. Esto se debe al estigma que tiene este tipo de mensaje en el usuario. Aunque en el pasado si fue utilizado de forma discriminada y que perjudicaron en exceso a los quechuahablantes que habitan nuestra ciudad.

Nohely Palomares, comunicadora social.

No, no que los mensajes subliminales creen comportamientos de forma inconsciente en las personas, porque la formación del carácter de una persona es difícil de cambiar, sobre todo en personas que ya no mayores y tienen sus principios bien puestos.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

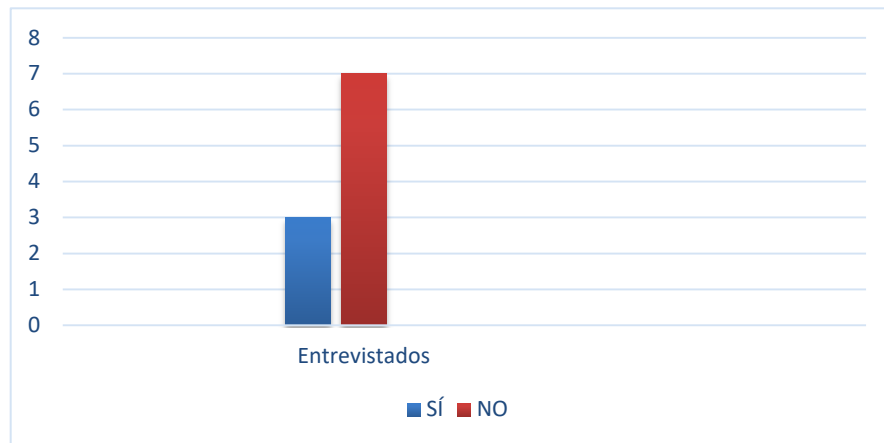
No, el racismo y la discriminación son actitudes aprendidas, observadas por otras personas, los mensajes subliminales pueden influir pero deben ser parte de una persona para que estos logren manifestarse.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta serie de respuestas se hace énfasis en que la personalidad de una persona será lo que determine adoptar actitudes discriminatorias y racistas. Debido a que es en la inconciencia donde escondemos nuestros más grandes miedos, fobias e ideas prejuiciosas que no admitimos a nadie, ni siquiera a nosotros mismos. Este inconsciente nos dirige a tomar comportamientos que muchas veces no tendemos debido a que desconocemos sus causas, así quien se haya criado en un entorno, de forma inconsciente estará más predispuesto a caer en estas actitudes. Los mensajes subliminales sólo reforzarían las ideas que ya tenemos en nuestras mentes, debido a nuestra formación.

FIGURA 5:
LOS MENSAJES SUBLIMINALES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CREAN ACTITUDES COMO EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN EN EL INCONSCIENTE DE UNA PERSONA



Pregunta 6: ¿Considera usted qué la percepción de una persona puede cambiar si se le transmiten mensajes negativos sobre personas quechuahablantes?

Sí, muchas veces las personas se dejan guiar por la forma en cómo son retratados las personas quechuahablantes en televisión y en la publicidad.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Si, como si las personas quechuahablantes serán inferiores a los que hablamos español y del español con respecto al inglés, y no solamente con el idioma, la música, la vestimenta, el color de piel, etc.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque muchas personas creen que dan mal aspecto a los lugares turísticos del Centro de Lima, ya que continúan existiendo personas racistas en nuestra sociedad, utilizando términos racistas y discriminatorios.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta pregunta es evidente que tres de los participantes muestran que la percepción de una persona puede cambiar el comportamiento de un grupo social como los quechuahablantes debido a la retratación de medios de comunicación y reforzado por las relaciones sociales en nuestra sociedad. Este tipo de efectos negativos muestran a los quechuahablantes como personas de un bajo nivel cultural, debido a las escasas oportunidades de tuvieron en el pasado. Cabe señalar que los participantes han confirmado el daño de los mensajes negativos en este grupo social, considerándolos de un nivel inferior a las personas que hablan castellano. No obstante, cinco participantes no están de acuerdo con esta pregunta debido a que tienen un punto de vista sobre este tema, cuyas opiniones se pueden leer a continuación:

No, su percepción no cambiaría, pero depende si las personas conocen a los quechuahablantes y tienen una percepción positiva, los mensajes no necesariamente cambiaría su opinión, pese a ser mensajes negativos si realmente las conoce. Por lo general, me parece que la percepción del quechuahablante es negativa. Particularmente, un peruano, aunque no conozca a los quechuahablantes de alguna manera nuestra cultura negativiza todo lo andino, entre ello lo quechuahablante, sin embargo, un extranjero no necesariamente.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Como respondí anteriormente, la percepción de una persona está basada en su personalidad y no sólo en su entorno, puede verse afectado pero la personalidad se impondrá a este tipo de comportamientos. En la comunicación, la percepción sirve como el punto de vista de quien vive una determinada situación.

Catherine Arias, comunicadora social.

No, debido al carácter de una persona y las experiencias vividas forman una opinión personal sobre los quechuahablantes y estas no pueden ser cambiadas con facilidad por este tipo de mensajes. Uno no puede cambiar el pensamiento de una

persona, sino ha vivido en carne propia este tipo de comportamientos negativos en general. No confías en quien no conoces.

Nohely Palomares, comunicadora social.

No, porque cuando se conocen a personas quechuahablantes y se conoce su actitud trabajadora, luchadora. Difícilmente, mensajes de terceras personas cambiarían esta visión.

Carlos, miembro de una familia quechuahablan.

No, no logras cambiar la percepción de una persona debido a mensajes negativos porque conocer a una persona te otorga la confianza de saber quién es y cómo se comportará a distintas situaciones. En la actualidad, se considera a los quechuahablantes como una parte de nuestra cultura y que debe respetarse porque es parte de nuestra identidad como peruanos.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

De acuerdo a las opiniones recogidas, siete entrevistados se mostraron en contra sobre la influencia de los mensajes negativos para cambiar la percepción de una persona sobre los quechuahablantes, resaltando que la personalidad de una persona muestra cómo es una persona y la acotación de dichos mensajes son pasajeros y superfluos. Una personalidad fuerte y consciente no se dejará influenciar por comentarios negativos y recordará el trato que haya tenido en su vida. Uno no puede condicionar a otra a tomar actitudes, debido a que esto sería manipular de manera indiscriminada por aquel que emitió dicho mensaje.

FIGURA 6:
LA PERCEPCIÓN DE UNA PERSONA PUEDE CAMBIAR SI SE LE TRANSMITEN MENSAJES NEGATIVOS SOBRE PERSONAS QUECHUAHABLANTES



En esta segunda parte de la entrevista se enfocó en la segunda variable: identidad cultural, para conocer las apreciaciones de los entrevistados y analizar dichas opiniones que enriquezcan a esta investigación. Frías (2018), definió a la identidad cultural como:

Concepto que una persona tiene sobre sí misma, involucrando también la opinión y apreciación que tienen los demás sobre ella y su cultura. Esto se produce por el sentido de pertenencia que cada individuo tiene hacia la matriz cultural de la cual proviene, y por su cooperación en pro de la conservación de su historia y saberes comunitarios (p.53).

Las entrevistas se realizaron a cada una de las personas que conforman la muestra, cuyas respuestas se presentan a continuación:

Pregunta 7: ¿Considera usted que las costumbres de las familias quechuahablantes fomentan la identidad cultural en nuestro país?

Completamente, nos acerca mucho a lo que realmente es la cultura.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque, a través de la danza, uno empieza cantar en quechua y algunos estudiantes podrían buscar el significado de las canciones e interesarse por este idioma. En los casos de las celebraciones o fiestas patronales, algunos profesores mandan a investigar la vestimenta, la historia detrás de esta danza y sus costumbres.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta pregunta, los entrevistados mostraron que las costumbres son consideradas como elementos que enaltecen la identidad cultural de una sociedad debido a que logran retratar la vida de los habitantes, mediante manifestaciones que representen a dicho grupo social. Uno de los entrevistados resalta a los bailes típicos de cada región, debido a su inclinación a participar a dichos eventos y otorgando su opinión con base en su experiencia.

Asimismo, se resalta que la cultura se ve ampliamente beneficiada cuando las costumbres son visibilizadas y se asienta una identidad positiva, mejorando la autoestima de dicho sector social. Sin embargo, uno de los participantes señaló que la falta de una reforma educativa deja esta situación en el limbo, sin dejar retroceder, pero tampoco avanzar para tener identidad cultural más completa.

Por otro lado, ocho participantes opinaron de forma distintas, cuyas apreciaciones, son expresados a continuación:

En cierta medida sí, pero no del todo en el ámbito del idioma quechua, sino va más por el lado cultural, para el tema de idioma tendría que tomarse otras medidas, en mi opinión cierta reforma en la educación.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Las costumbres no fomentan en sí mismas la identidad cultural, en realidad, para fomentar la identidad cultural debe existir política de Estado. Yo observó a las costumbres de las familias quechuahablantes como un potencial para fomentar la identidad cultural, son parte de nuestra identidad, aunque no seamos quechuahablantes, aunque propongamos por es parte de nuestra cultura de país, de nuestra nación.

Wilmer Mejía, antropólogo.

No, porque las costumbres son consideradas como una parte de la sociedad que los identifica como parte de ellos mismos, pero por sí mismas no son suficientes. La necesidad de políticas públicas que partan del Estado, son el complemento perfecto para recuperar nuestra identidad cultural.

Catherine Arias, comunicadora social.

No es suficiente debido a que las persona consideran que las danzas típicas y las festividades históricas, un ejemplo el Inti Raymi celebrado esta semana en el Cusco, es muy hermoso debido a la preparación que se tuvo para este evento. Acudieron muchos turistas de distintos países para esta festividad. Sin embargo, eso sólo queda para las fotos, debido a que después no se hace nada por los cusqueños.

Nohely Palomares, comunicadora social

No, ya que siempre hemos tenido costumbres, que nos identifican de un pueblo o de otro, que nos diferencian y aunque somos orgulloso de la tierra en la que nacimos. No hay una prioridad del Estado por protegerlas.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

No, debido a que el gobierno no propone acciones que preserven nuestra identidad milenaria y la indiferencia de los pueblos más olvidados de nuestro país.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

Cabe resaltar, que en esta parte de los investigados opinaron que la importancia de las costumbres es vital para la identificación de una población, pero ello no alcanza para formar una identidad cultural completa en nuestra sociedad. La necesidad de implementar políticas públicas que fomenten respeto y amor por nuestra patria que nos una como una sociedad que comparta la visión de un porvenir próspero.

FIGURA 7:
LAS COSTUMBRES DE LAS FAMILIAS QUECHUAHABLANTES FOMENTAN LA IDENTIDAD CULTURAL EN NUESTRO PAÍS



Pregunta 8: ¿Considera usted que las creencias permiten la difusión del idioma quechua en la sociedad peruana?

Las creencias significan una parte importante de la historia de un pueblo, ya que retrata festividades religiosas que fomentan la creación de un lazo entre sus habitantes. Creo que el idioma quechua, se encuentra en todos los rincones de nuestro país y su difusión, difunde creencias.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Creo que conocer de dónde venimos es muy importante para entender hacia

dónde vamos y las creencias refuerzan esa idea, de una manera clara.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Considero que no surgiría ningún problema, que usar el quechua es una parte importante de nosotros como sociedad y que las creencias logran ser extendidos a otras personas que se sientan identificadas

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta pregunta, tres personas quechuahablantes afirmaron que las creencias permiten la difusión del quechua debido a su vinculación histórica y engrandecen un sentimiento de sentirse parte de un lugar, debido a la emotividad que sienten debido a lo que sus familiares le han contado del lugar donde viven. Las creencias forman parte de una lucha incesante de una población que se resiste a ser olvidada y que necesita ser reconocida por una sociedad cada vez más distante.

Las creencias refuerzan un sentimiento de respeto por el idioma quechua y su valor histórico en nuestra sociedad, se ha conservado en el tiempo y se ha renovado, volviéndose un asunto importante a los jóvenes, quienes muestran su interés por conocer este milenario idioma.

Pienso que las creencias fomentan la identidad cultural sin embargo la existencia de una política del Estado no logra su máximo potencial, porque por sí mismas solo son consideradas como algo pintoresco, pero sin un sentimiento que te haga ser parte de estas creencias, no podrás conectar con las personas.

Wilmer Mejía, antropólogo.

No, creo que las creencia no son suficientes para preservar este idioma debido a que los funcionarios público del Gobierno, ni los congresistas, toman una verdadera decisión para proteger al quechua, tan ignorado por nuestras autoridades como los otros idiomas que tenemos en nuestro país.

Catherine Arias, comunicadora social.

Creo que las creencias preservan de buena manera, debido a su fuerte identidad cultural. Sin embargo, no existen leyes o programas sociales que los respalden a no sentir vergüenza por hablar quechua, ya sea en la costa, en la sierra y la selva. Si el Ministerio de Cultura podría lograr ese hecho, entonces sí, sí, creo que se puede lograr, aunque aún falta mucho para llegar a esa situación. **Nohely Palomares, comunicadora social.**

Me gustaría decir que sí, pero no creo que sólo con creencias relatadas de padres a hijos, pueda evitar que el idioma quechua. He escuchado que se debe respetar a nuestro idioma milenario, pero en realidad poco se puede ver de eso.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

No, no creo, falta mucho para que las creencias preserven el idioma de nuestros padres.

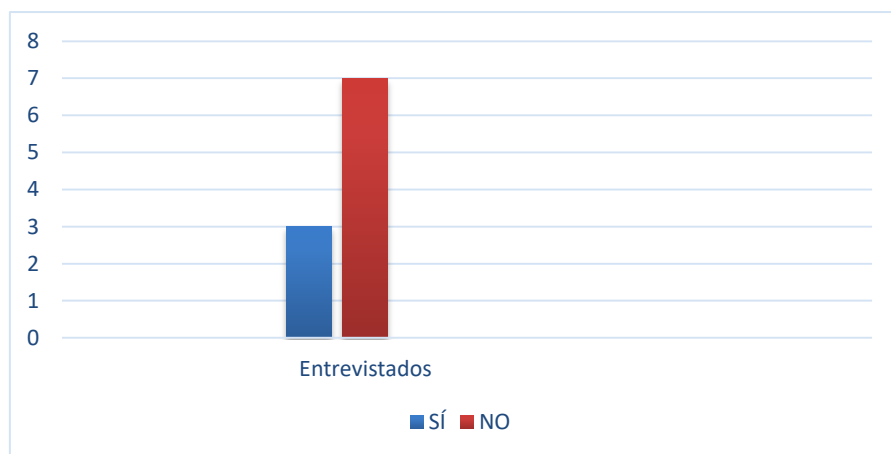
Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

Se puede deducir que aunque las creencias son un elemento cultural que fortalece la identidad cultural en nuestra sociedad, la falta de la presencia del Estado, hace que esta situación decaiga, debido a que no existe un plan que fortalezca valores de respeto, igualdad y espacios públicos como escuelas, centros educativos, que otorgue un espacio para el desarrollo de un idioma tan importante como el quechua.

La necesidad de la presencia del Gobierno para aplicar políticas públicas que revalorice el quechua, debido a los estigmas que acarrea y una historia que la respalda que le otorgue un grado de importancia de la misma manera que se toman en problemas sociales como la violencia a la mujer y la inseguridad ciudadana.

FIGURA 8:
LAS CREENCIAS PERMITEN LA DIFUSIÓN DEL IDIOMA QUECHUA EN LA
SOCIEDAD PERUANA



Pregunta 9: ¿Considera usted que la historia peruana resalta la importancia de los quechuahablantes en nuestro país?

Por supuesto, hay quienes si sienten el orgullo de tener padres con ese don de idioma, y son los hijos que aprenden de manera inconsciente (con palabras o frases diarias de sus padres) o por el simple hecho de que siente ese lazo y ese amor a sus ancestros.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Ha perdido mucho alcance desde donde yo lo veo, pero aún sigue generando identidad en las personas.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque así que hay personas que hablan inglés y se creen superior, también existen personas que se creen superior porque saben quechua, pero no necesariamente no todo son malos y se sienten orgullosos de ser más peruanos.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, parece mentira pero la historia peruana resalta la importancia del quechua en nuestro país. Si en el sentido, que en el colegio la curricula escolar de los 90, el quechua era el idioma del Perú, es parte de nuestro país, sin embargo sólo es una mención de su participación. Indirectamente, si lo mencionan.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Sí, consideró que los quechuahablantes han sido pieza importante en la historia peruana, desde la época incaica, resaltando su organización, su convivencia y su religión que demostraron su poderío al conquistar a sus países vecinos y formar un imperio tan poderoso como lo fue antiguamente nuestro país.

Catherine Arias, comunicadora social.

Considero que sí, que la historia peruana ha dado importancia a los quechuahablantes, resaltando el idioma, de manera universal en el imperio. Esto es descrito de forma positiva y volviéndose una parte importante de nuestra Nación.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Análisis

En esta pregunta, ocho de los entrevistados aseguraron que la historia peruana ha resaltado la cultura de los quechuahablantes debido a su rol en la historia como conquistadores.

No, no creo que actualmente la historia peruana le de tanta importancia a los quechuahablantes.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

No, ahora no es tan importante para las escuelas resaltar estos datos, debido a que prefieren enfocarse en otras cuestiones.

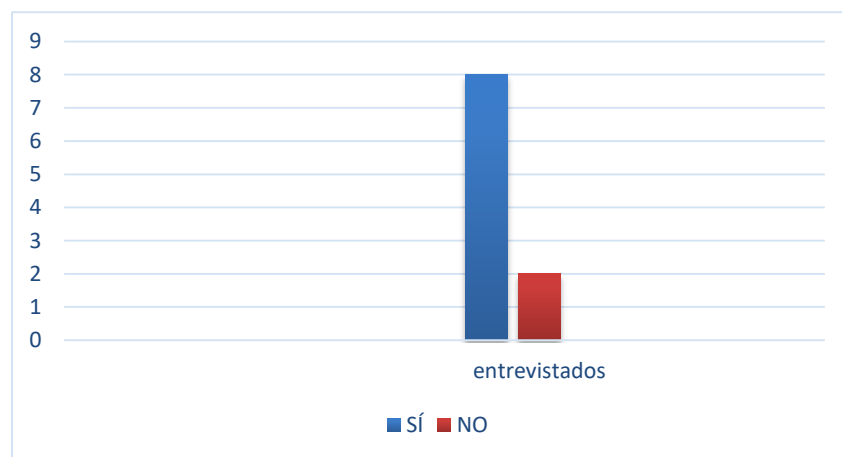
Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

Dos entrevistados consideran que la educación peruana que se recibe en los centros educativos, no muestra la importancia de que debería tener.

FIGURA 9:

LA HISTORIA PERUANA RESALTA LA IMPORTANCIA DE LOS QUECHUAHABLANTES EN NUESTRO PAÍS



Pregunta 10: ¿Considera usted que el idioma quechua es considerado como patrimonio cultural del Perú?

En cierta medida sí, pero no del todo en el ámbito del idioma quechua, sino va más por el lado cultural, para el tema de idioma tendría que tomarse otras medidas, en mi opinión cierta reforma en la educación.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Completamente, nos acerca mucho a lo que realmente es la cultura.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, porque, a través de la danza, uno empieza cantar en quechua y algunos estudiantes podrían buscar el significado de las canciones e interesarse por este idioma. En los casos de las celebraciones o fiestas patronales, algunos profesores mandan a investigar la vestimenta, la historia detrás de esta danza y sus costumbres.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, legalmente lo es, es la segunda idioma oficial del Perú, pero no se cumple. Incluso el Ministerio de Cultura no lo respeta, la falta de una seriedad en el idioma quechua se percibe, debido a la falta de su seriedad. El quechua es incluido de cierta forma, hasta cierto punto, sin embargo, lo excluyen porque no se sienten identificados con él.

Wilmer Mejía, antropólogo.

Sí, considero que debe ser considerado patrimonio cultural, debido a su importancia cultural en nuestro país.

Catherine Arias, comunicadora social.

Análisis

Cinco de los entrevistados resaltan al quechua como patrimonio cultural de nuestro país, que le otorga un status mayor que otros idiomas por su valor histórico y milenario que marcaron una época importante en el Perú. Le otorgó un reconocimiento mundial, debido al crecimiento de nuestro país, así como su expansión a toda Sudamérica. Asimismo, muchas organizaciones y entidades públicas del Perú, han empezado a volver a valorarlo como parte de nosotros como una identidad propia, que necesita ser entendida, querida y respetada.

Sin embargo, cinco de los entrevistados no están totalmente de acuerdo con esta afirmación, más que todo por la falta de participación del Estado Peruano que no muestra demasiados avances a nivel cultural como se desearía.

Sí, el quechua tiene esta denominación, pero pocas veces se le da la importancia que se le necesita. La falta de acción del Estado Peruano dificulta que se le tome en serio, debido a que no tiene el respeto que se le necesita.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Sí, es considerado de aquella forma, aunque no se le da el valor necesario, que enorgullezca a los peruanos.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

No, no creo, aún falta bastante para considerarse de esa manera, debido a la falta de apoyo de las instituciones por querer al quechua como debe de ser.

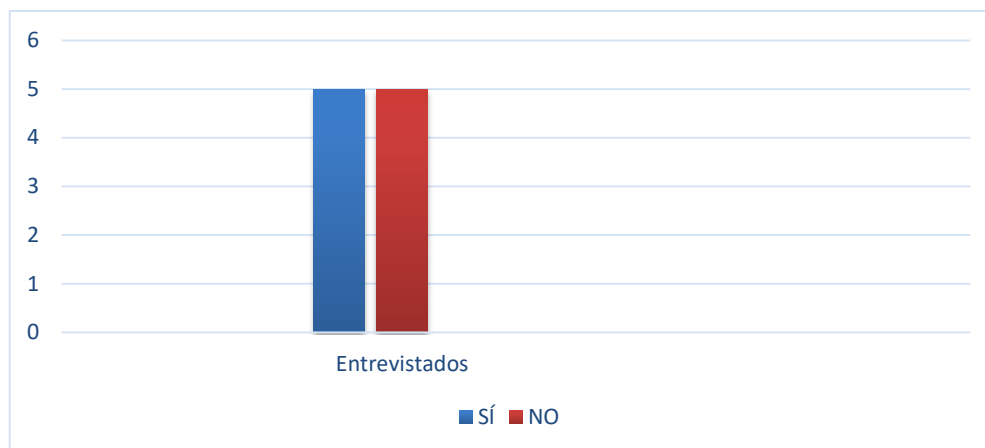
Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

Pese, a sus deseos de considerar al quechua como Patrimonio Cultural, no creen que esa definición sea suficiente y alcance para otorgarle ese sentimiento propio de una sociedad que se siente orgulloso de quien es y cuales son o elementos que representen a Perú, orgullosa en ser parte de la esta hermosa cultura.

Se advierte la necesidad del Estado como impulsor de una reforma que reivindique al quechua como en el pasado. Sin los estereotipos tan dañinos del pasado, ni con mensajes subliminales con doble sentido, así como un grado de responsabilidad y ponerse frente a esta enorme tarea.

FIGURA 10:
EL IDIOMA QUECHUA ES CONSIDERADO COMO PATRIMONIO
CULTURAL DEL PERÚ



Pregunta 11: ¿Considera usted que el idioma quechua promueve valores culturales en la sociedad peruana?

Por otro lado el quechua me parece un idioma interesante, siento que me reconozco aún más como descendiente de serranos que hablaron quechua.

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

Es un idioma que esta arrinconado, siendo San Juan de Lurigancho el distrito con el mayor número de quechuahablantes, no vez a ninguno en las calles. Tiene el potencial de hacerlo, pero no lo hace, el quechua al ser un idioma, sobre todo en entornos rurales, tiene una cuestión de problemática, esta enclaustrado, esta asfixiado. No puede promover sus valores culturales, porque está encerrado.

Wilmer Mejía, antropólogo

Por supuesto, el quechua es un bien necesario, representa a un grupo de personas mayormente ignorado por nuestra sociedad.

Catherine Arias, comunicadora social.

Claro que sí, nos une como peruanos, nos otorga una identidad y de unidad, muy hermosos que pueden tener los peruanos.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Sí, considero que sí, que necesitamos el quecha para lograr unirnos y celebrar nuestra pluriculturalidad.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, logran generar sentimientos que nos vuelve más peruanos, que nos reconoce como hermanos y como una familia.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, es necesario para resaltar valores culturales perdidos en el tiempo.

Alison, miembro de una familia quechuahablante.

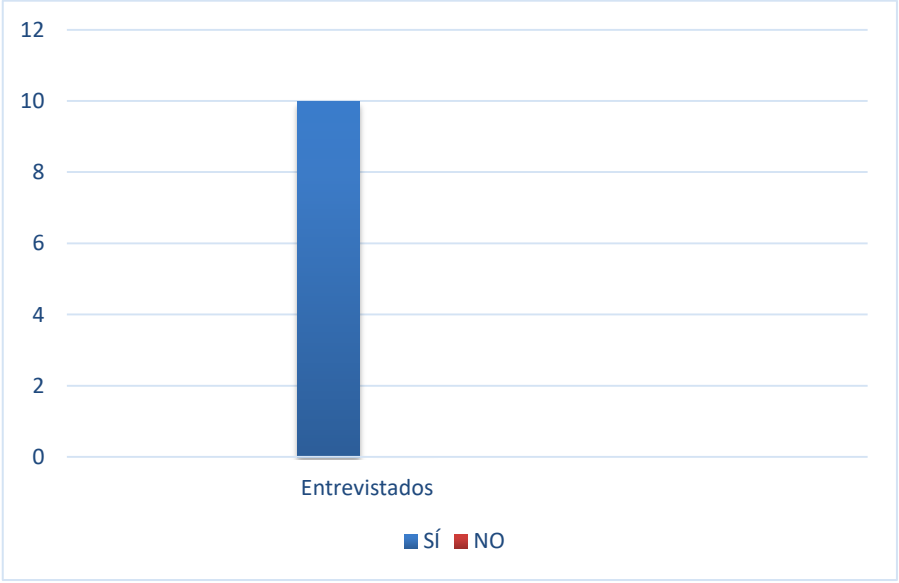
Sí, se logra que el quechua sea importante para las personas, es evidente que surgirán valores de respeto por el otro.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

Esta es la primera pregunta en la que todos los entrevistados se muestran de acuerdo, ya que consideran que el quechua abre las puertas para fomentar valores culturales, tan necesarios en nuestra sociedad. Dichos valores culturales son necesarios para consolidar una identidad cultural de nuestro país que es tan necesaria.

FIGURA 11:
EL IDIOMA QUECHUA PROMUEVE VALORES CULTURALES EN LA SOCIEDAD PERUANA



Pregunta 12: ¿Considera usted que la identidad cultural promueve sentimientos positivos en los peruanos?

Sí, promueve sentimientos positivos en los peruanos, debería, la identidad no es más que la otra cara de la cultura. La cultura al final son las creencias, normas, reglas, valores, lo que tú haces sin esfuerzo porque es parte tuya. La identidad cultural es el sentimiento de pertenencia a esa cultura, de alguna promueve de forma positiva porque yo que me siento identificado culturalmente, quiero el bienestar no solamente mío de forma egoísta y de mi familia sino quiero el desarrollo de todos, de forma colectiva. La identidad cultural también consiste en la autoestima, en la forma en cómo esta contado la historia del Perú.

La identidad cultural basada en un discurso histórico más objetivo que nos hable que en realidad que la gente de la cual descendemos, fue gente que se esforzó, luchó y se desentendían cambiarían la forma en la que nos vemos a nosotros mismos, mejoraría por trabajar por la comunidad, por la sociedad. Ya que en esa identificación quiero ayudar a que los denlas se sientan bien, porque quiero el bien para mí y mi familia si me siento bien culturalmente podré ayudar a otros a sentirse bien,

Wilmer Mejía, antropólogo.

Sí, considero que sí, debido a que conocer nuestra identidad, es muy importante y si nos aceptamos como somos realmente, nos sentiremos bien con nosotros mismos.

Catherine Arias, comunicadora social.

La aceptación de uno mismo es importante y aceptarse es querernos con todas nuestras limitaciones, fallas y cualidades.

Nohely Palomares, comunicadora social.

Sí, la aceptación de la identidad cultural nos genera sentimientos positivos debido a que se siente un vínculo con nuestra tierra, nuestras costumbres y creencias propias de nosotros mismos.

Carlos, miembro de una familia quechuahablante.

Sí, nuestra identidad cultural está vinculada a nuestra personalidad y vincula quienes somos y la forma que encaramos el mundo.

Reinaldo, miembro de una familia quechuahablante.

La autoestima de una persona mejora cuando se acepta a sí misma, generando un sentimiento de bienestar y tranquilidad debido a que uno no aparenta lo que no es, sino se muestra a los demás con humildad

Rosalio, miembro de una familia quechuahablante.

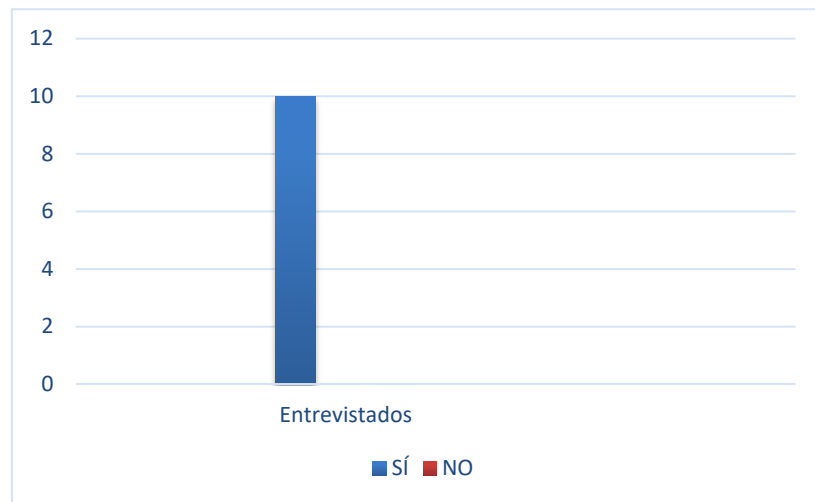
Completamente, nos acerca mucho a lo que realmente es la cultura.

Alexandra, miembro de una familia quechuahablante.

Análisis

En esta pregunta, todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en esta cuestión, debido a que sobresalen que la identidad cultural es una manifestación.

FIGURA 12:
LA IDENTIDAD CULTURAL PROMUEVE
SENTIMIENTOS POSITIVOS EN LOS PERUANOS



Guía de observación

MENSAJE	TIPO	INTERPRETACIÓN
Nuestro canto quechua en la tierna voz de una flor del ande.	Connotativo	Uno de los miembros de este grupo de estudio se siente emocionado por la voz de una niña (flor del ande) que canta una canción en quechua.
¡Vamos Perú, excelente narración de los goles en Quechua! Desde el Cusco para el mundo.	Connotativo	El emisor expresa su felicidad por la victoria de un partido de fútbol entre Perú y Chile, narrado en Quechua.
En el quechua no existe diptongos (unión de dos vocales) ni triptongos (unión de tres vocales). Se reemplazan por (y-w).	Denotativo	El mensaje emitido expresa las reglas gramaticales para escribir en quechua.
¿Cuál es el estereotipo que le damos al campesino y campesina?	Subliminal	En este mensaje se asume que existe un estereotipo referente a la representación de un campesino (quechuahablante), condicionando al receptor a pensar del campesino de forma negativa
Quisiera hablar quechua con fluidez	Connotativo	Este mensaje expresa el deseo de un miembro de este grupo de estudio por tener un mayor conocimiento del quechua.
Saber quechua es una necesidad, en ciertos ámbitos mucho más imperiosa que en otros. Aprenderlo, entonces, no es un capricho, sino la oportunidad de acceder a una herramienta imprescindible en la generación de beneficios materiales e intangibles	Denotativo	El quechua es un idioma que necesita ser aprendido por las nuevas generaciones debido a que se ha vuelto una herramienta necesaria para futuros beneficios
Se sabe que este idioma nuestro es de gran antigüedad y que su uso está asociado indeliblemente a las culturas andinas de reconocimiento y logros inestimables.	Denotativo	El idioma quechua data desde hace mucho tiempo en nuestra sociedad, incluso anterior al imperio incaico. Sin embargo, no se puede negar su relación con las culturas prehispánicas de gran reconocimiento mundial.

Discusión

La presente investigación analizó las características del mensaje de un grupo de estudio para construir identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima-2018, para lo cual se entrevistó a (cinco) personas quechuahablantes del grupo de estudio “Rimaykusnchis: hablemos quecha” de la Casa de la Literatura, (3) comunicadores, (1) antropólogo y (1) comunicador especializado en semiología.

Esta investigación fundamentó sus resultados en función a la definición de Del Carpio (2012) que indicó que el mensaje “constituye un medio de preservar la sociedad considerando su cultura y sus costumbres, poseen una connotación y denotación orientado a un receptor” (p.31). El mensaje es considerado como la formulación de forma abstracta de una idea preconcebida de manera ordenada y esquematizada para lograr su transmisión del emisor al receptor y viceversa.

Andía (2017) señaló que el mensaje es el “núcleo de información; son los contenidos elaborados y preparados para su transmisión. Diríamos que hay mensajes “vivos”, abiertos y mensajes cerrados. Los cerrados son aquellos que hablan por sí mismos, que lo dicen todo; los abiertos, los que abren un espacio a la reelaboración por parte del destinatario y activan su proceso personal de decodificación” (p.27). Es decir, un mensaje efectivo transmite la información de manera adecuada y logra expresar una idea abstracta de manera que pueda ser entendida.

Con relación al objetivo general “analizar las características del mensaje de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”, los entrevistados coincidieron en decir que un mensaje tiene la posibilidad de reforzar la identidad cultural de un grupo de personas si estos mensajes contienen elementos connotativos y denotativos que permitieron tomarlos como símbolos y dotarlos de emociones que sintieron que los representen.

De acuerdo a la teoría del Estructuralismo de Ferdinand de Saussure postuló que “al separar la lengua del habla, se separa a la vez: 1°, lo que es social de lo que es individual; 2°, lo que es esencial de lo que es accesorio y más o menos accidental” (Saussure, 1971, 57). Es decir, que el lenguaje utilizado en el mensaje no puede separar lo social de lo individual, así como lo social de lo cultural debido a la necesidad que tiene el ser humano de comunicarse, opinar y transmitir mensajes a otros.

Asimismo, Bargetto (2012) afirmó que “Saussure inicia el análisis de las entidades

concretas de la lengua señalando que la entidad lingüística es producto de la asociación entre significado y significante. (p.83). Es decir, que el mensaje es una serie de signos que tiene un significado y significante distinto para cada receptor debido a su nivel social, cultural y que la variedad de significados de un mismo mensaje se mide de acuerdo al grado de conocimiento que presente el receptor para captarlo.

Para, Frías (2018), la identidad cultural es el “concepto que una persona tiene sobre sí misma, involucrando también la opinión y apreciación que tienen los demás sobre ella y su cultura. Esto se produce por el sentido de pertenencia que cada individuo tiene hacia la matriz cultural de la cual proviene, y por su cooperación en pro de la conservación de su historia y saberes comunitarios” (p.53). Para el autor, la identidad cultural de un grupo de personas se forma debido a las opiniones sociales de otros y su cultura, esto involucra a las personas como en una serie de mensajes que conformen su identidad cultural.

Cobano y Llorent (2018) señalaron que la identidad cultural “es una expresión del propio individuo, así como de la cultura a través del mismo, en la que se muestran una serie de valores éticos y estéticos que permiten el conocimiento y reconocimiento entre sujetos que conforman un colectivo” (p. 83).

En la teoría de Estudios Culturales fundado por Richard Hoggart y Stuart Hall abordaron los nuevos movimientos sociales que surgieron en la sociedad, debido a su evolución, para entender nuevas situaciones sociales. Por otro lado, Rosas (2012) lo describió como:

La forma en la que la sociedad propicia la convivencia en su grupo y permite diferenciar de los modos con otros grupos, así como las formas, condiciones y espacios en que los medios de comunicación son producidos y consumidos en cada uno de estos sectores y/o grupos de la sociedad (p. 1).

Esta cita compagina con la llegada de los quechuahablantes desde el sur del país hacia la capital como un nuevo fenómeno social, debido al choque de dos culturas tan distintas como la limeña y la de los quechuahablantes surgiendo con ello, un cambio en la dinámica social y una nueva serie de reglas invisibles que dividieron a ambas culturales de forma prejuiciosa.

Con relación al objetivo específico “describir las características del mensaje connotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”, los entrevistados estuvieron a favor que los mensajes connotativos tienen una fuerza mayor en su identidad cultural debido a los sentimientos y emociones que

ellos reciben de estos mensajes los reciben más a gusto y con mayor libertad.

A través de las respuestas recogidas para este informe de tesis, los entrevistados resaltaron a las costumbres como elementos que enaltecen su identidad cultural debido a que logran retratar la vida de los habitantes, mediante manifestaciones que representen a dicho grupo social. Uno de los entrevistados resalta a los bailes típicos de cada región, debido a su inclinación a participar a dichos eventos y otorgando su opinión con base en su experiencia.

Asimismo, se resaltó que la cultura se ve ampliamente beneficiada cuando las costumbres son visibilizadas y se asienta una identidad positiva, mejorando la autoestima de dicho sector social. Sin embargo, uno de los participantes señaló que la falta de una reforma educativa adecuada deja esta situación en el limbo, pues si bien no retrocede pero tampoco avanza hacia una identidad cultural más completa.

Se puede deducir que, aunque las creencias son un elemento cultural que fortalece la identidad cultural en nuestra sociedad, la falta de la presencia del Estado, hace que esta situación decaiga, debido a que no existe un plan que fortalezca valores de respeto e igualdad y espacios públicos como escuelas, centros educativos, que otorgue un espacio para el desarrollo de un idioma tan importante como el quechua.

Con relación al objetivo específico “identificar las características del mensaje denotativo de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018” los entrevistados que el mensaje denotativo es una pieza fundamental para el proceso de comunicación. La necesidad de incluirlos para fomentar la identidad cultural es necesario para los quechuahablantes. Sin embargo, es necesario que este tipo de mensajes incluyan iconografía y simbolismos que potencien este tipo de mensajes, debido a que los quechuahablantes son más propensos a recepcionar este tipo de mensajes, ya que les resulta más atractivos.

Con relación al objetivo específico “determinar las características del mensaje subliminal de un grupo de estudio para construir una identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018”, los entrevistados expresaron que en épocas anteriores existió una imagen representativa del quechuahablante en la sociedad. No obstante, dicha imagen fue presentada de forma negativa debido a que el quechuahablante era caracterizado como una persona ociosa, malhablada y carente de valores, generando estigmas y dañando una comunidad tan golpeada por situaciones conflictivas como el terrorismo y las carencias sociales propias de la región donde nacieron.

Cabe agregar, los participantes señalaron que en la actualidad dicha imagen ha cambiado debido a que los jóvenes tienen mayor acceso a información, más acceso a la educación y la evidencia de la implementación de valores más culturales como un símbolo de identidad cultural. Este punto se incrementó debido a la revalorización de los elementos culturales y arquitectura como el reconocimiento de Machu Picchu, se expandió con la valoración de la gastronomía peruana y se continúa creciendo. Esta revalorización crece la identidad cultural y en consecuencia, crece la autoestima de los peruanos por sentirse parte de una cultura tan atrayente como es la peruana.

Se puede deducir que, aunque las creencias son un elemento cultural que fortalece la identidad cultural en nuestra sociedad, la falta de la presencia del Estado, hace que esta situación decaiga, debido a que no existe un plan que fortalezca valores de respeto e igualdad y espacios públicos como escuelas, centros educativos, que otorgue un espacio para el desarrollo de un idioma tan importante como el quechua.

Se advierte la necesidad del Estado como impulsor de una reforma que reivindique al quechua como en el pasado. Sin los estereotipos tan dañinos del pasado, ni con mensajes subliminales con doble sentido, así como un grado de responsabilidad y ponerse frente a esta enorme tarea.

Los autores resaltan al quechua como patrimonio cultural de nuestro país, que le otorga un status mayor que otros idiomas por su valor histórico y milenario que marcaron una época importante en el Perú. Le otorgó un reconocimiento mundial, debido al crecimiento de nuestro país, así como su expansión a toda Sudamérica. Asimismo, muchas organizaciones y entidades públicas del Perú, han empezado a volver a valorarlo como parte de nosotros como una identidad propia, que necesita ser entendida, querida y respetada.

Sin embargo, tres de los entrevistados no están totalmente de acuerdo con esta afirmación, más que todo por la falta de participación del Estado Peruano que no muestra demasiados avances a nivel cultural como se desearía.

Lo anteriormente mencionado, se aplica en una problemática social que ocurrió en nuestra sociedad, después de una época tan oscura: la migración de personas quechuahablantes a la capital por el terrorismo que aquejó el sur del país. Este cambio supuso un nuevo paradigma en personas que vivieron durante mucho tiempo en zonas

rurales y la adaptación a un nuevo lugar con costumbres, creencias y un idioma distinto. Este hecho fue el choque entre dos culturas distintas y el surgimiento de un nuevo estilo de vida en la capital. Aquella época marcó una era de discriminación y racismo tan recalcitrante que aún nos divide como peruanos. Su llegada a la capital, expandió distritos de esta ciudad y creó nuevos espacios, lugares emergentes y una nueva forma de vivir.

Este nuevo estilo de vida influyó en la identidad de millones de personas, le dio una nueva forma de observar el mundo, de relacionarse en un nivel más profundo con sus congéneres. Asimismo, los medios de comunicación influyeron en esta visión, creó patrones y estereotipos, tan difíciles de erradicar.

Uno de productos televisivos fue “la paisana Jacinta”, un personaje que retrataba una mujer quechuahablante que llegaba a la ciudad y buscaba un empleo, sufriendo miles de pesares. Este retrato tan encarnado estigmatizó a miles de migrantes quechuahablantes en la capital y creó estereotipos tan ofensivos y calificativos que denigraron a personas quechuahablantes.

V. CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluyó que en el análisis del mensaje de un grupo de estudio facilitó la comprensión de una identidad cultural en sus integrantes y su deseo de preservar sus elementos culturales tanto sus costumbres, creencias y su idioma materno como el quechua, debido a que los entrevistados resaltaron la necesidad de crear espacios públicos para que el quechua continúe vigente en los peruanos sobre todo porque ellos provienen de familias quechuahablantes que han crecido en la capital.

Se concluyó que el mensaje connotativo de un grupo de estudio es una pieza fundamental debido a que los mensajes con cargas emotivas atraen a una serie de personas a su grupo, debido a que demuestran su interés en el quechua como parte de su identidad cultural.

Se concluyó que el mensaje denotativo de un grupo de estudio es importante para transmitir información relevante sobre la identidad cultural aportando datos, estadísticas de suma importancia y formas gramaticales para aprender a escribir en quechua.

Se concluyó que el mensaje subliminal de un grupo de estudio, aunque no es utilizado con regularidad por los integrantes de este grupo, su uso proyectó una imagen negativa de los quechuahablantes y su labor como un grupo que busca revalorar la identidad cultural.

VI. RECOMENDACIONES

Se presenta las siguientes sugerencias

1. Para la Escuela Profesional de Ciencia de la Comunicación, se sugiere que se implemente un grupo de estudio que enseñe el idioma quechua como parte esencial en la identidad cultural de los estudiantes.
2. Para el grupo de estudio “Rimaykusnchis: hablemos quechua” de la Casa de la Literatura se sugiere expandir su enseñanza no sólo en su lugar de origen sino abrir las puertas a nuevos miembros y expandirse en otros lugares y distritos.
3. Se sugiere que el grupo “Rimaykusnchis: hablemos quechua” de la Casa de la Literatura implemente un plan de comunicación para tener presencia en redes sociales y expandir sus redes de contacto, debido a la precariedad de este grupo social y su nulo presupuesto para su preservación.

REFERENCIAS

- Altamirano, M. (2016). Del estructuralismo, y la condición postestructuralista en Deleuze, inversor del platonismo. *HYBRIS, Revista de Filosofía*, 7(2), 89-117. Recuperado de <http://revistas.cenantes.cl/index.php/hybris/article/view/114/230>
- Amador, J. (2015). *Comunicación y Cultura: conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/280718500 Comunicacion y cultura Conceptos basicos para una teoria antropolologica de la comunicacion](https://www.researchgate.net/publication/280718500_Comunicacion_y_cultura_Conceptos_basicos_para_una_teor%C3%ADa_antropol%C3%B3gica_de_la_comunicaci%C3%B3n)
- Andía, F. (2017). *Comunicación, participación y cambio social. Estudio del programa de Lucha Contra la Pobreza Juntos* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6379/Andia_of.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barrera, R. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Clases historia*, 2, (febrero), 2-2. Recuperado de [http://www.academia.edu/10730576/El concepto de la Cultura definiciones debates y usos sociales](http://www.academia.edu/10730576/El_concepto_de_la_Cultura_definiciones_debates_y_usos_sociales)
- Bernal, R. (2016). Fundamentos del Estructuralismo Latinoamericano. Reflexiones para una contribución a la economía política internacional. *Revista: Estudios sociales contemporáneos*, 14, 12-26. Recuperado de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8559/02-meza-esc14-2016.pdf
- Berzonky, M. y Kinney A. (2019). Identity processing style and depression medational role of experiential avoidance self-regulation. *Identity. An International Journal of Theory and Research*, 19 (2), 83-97. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15283488.2019.1567341?scroll=top&needAccess=true>
- Bruce, J. (2007). *Nos habíamos choleado tanto*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Caloca, E. (2015). Significados, identidades y estudios culturales: Una introducción al pensamiento de Stuart Hall. *Razón y Palabra*, 19(92), 1-32. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036055>
- Cobano, V. y Llorent, M. (2017). Identidad cultural del alumnado Marroquí: estado de la cuestión en los centros de educación secundaria públicos de Andalucía

- Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (29), 81-96. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135049901007>
- Cornejo, S. (2016). Cuerpo, imagen e identidad. Una relación (im)perfecta. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (58), 1-10. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232016000300017&lng=es&tlng=es
- Del Carpio, S. *Análisis semiótico de la sistematización de la comunicación subyacente en las noticias del diario Correo sobre el incendio de la gobernación de Tacna en octubre del 2008*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M. y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Elsevier*, 2(7), 162-167. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Fernández, H. (2013). Nuevas aproximaciones a los estudios culturales del siglo XXI: breves apuntes sobre viabilidad investigativa en tiempos de crisis. *Ciencias y Cultura*, 31, 99-115. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/v17n31/v17n31_a10.pdf
- Ghari, Z. (2016). The Cognitive, Psychological and Cultural Impact of Communication Barrier on Deaf Adults' Content of Speech in Iran. *Commun Disord Deaf Stud Hearing Aids*. 4(3), 1-10. Recuperado de <https://www.omicsonline.org/open-access/the-cognitive-psychological-and-cultural-impact-of-communication-barrier-ondeaf-adults-content-of-speech-in-iran-2375-4427-1000164.php?aid=80516>
- Grayman, N. (2017). Cultural Identity. [Identidad Cultural]. *The SAGE Encyclopedia of Abnormal and Clinical Psychology*. 934-935. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/316039258_Cultural_Identity
- Greenaway, K. et. (2014). Shared Identity Is Key to Effective Communication. [La identidad compartida es clave para una comunicación efectiva]. En *Personality and Social Psychology Bulletin*. 171-182. Recuperado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0146167214559709>
- Hentschel, J. (2016). "En mí ya termina el quechua". Aproximaciones al uso lingüístico de hablantes bilingües (quechua-castellano) en el área urbana de Cochabamba, Bolivia. *Indiana*, 33 (1), 109-131. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/html/2470/247046764006/>

Hernández, E. (2015). *Factores Determinantes en la Comunicación de los Procesos de Innovación Docente. Aplicación en los Centros de Enseñanza Secundaria Públicos de la Región de Murcia*. (Tesis de pregrado). Universidad de Murcia, Murcia. Recuperado de

https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/42686/1/Tesis%20Elena%20Hernandez_261114%20v16%20pa%20encuadernar%20241114.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaediccion.compressed.pdf>

Hewling, A. (2005). Culture in the Online Class: Using Message Analysis to Look beyond Nationality-Based Frames of Reference, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 11, Issue 1, 1 November 2005, Pages 337–356, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.tb00316.x>

Hinojoza, S. y Tuero, D. (2017). La comunicación efectiva y la calidad de servicio del personal administrativo en el organismo supervisor de la inversión en energía y minería, oficina regional de Huancavelica – año 2014. Universidad Nacional de Huancavelica, Perú. Recuperado de

<http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1063/TP-UNH-ADMIN-00134.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huayanay, G. (2016). *La narrativa Oral Andina y la identidad cultural en los estudiantes de la institución educativa José Varallanos de Jesús - Lauricocha* (Tesis de maestría). Universidad de Huánuco, Perú. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/handle/123456789/485>

Isidro, A. (2012). *Traducción y cultura: los elementos culturales en buchmendel de Stefan Zweig y su traducción al español* (Tesis de pregrado). Universidad de Salamanca, España. Recuperado de <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/120772>

Libreros, E. (2015). *Ciencias de la Comunicación I*. Recuperado de <http://www.cobaqroo.edu.mx/Libros/5o%20semestre/Ciencias-de-laComunicacion-I.pdf>

Lijadi, A. (2018). Constructin and preserving identity. [Construcción y Preservación de la identidad]. *Journal of Indentify and Migration Studies*, 12(2). 2-23. Recuperado de http://www.e-migration.ro/jims/Vol12_No2_2018/JIMS_Vol12_No2_2018_pp_2_24_LIJADI.pdf

López, R. (s.f.). Interpretación de datos estadísticos. Recuperado de <http://www.ricardonica.com/Interpretacion/Muestreo>

- Lovón, M. (2018, junio 02). Los hablantes del quechua y la vergüenza lingüística. [Blog de Lenguaje y Redacción]. Recuperado de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/lenguaje/2018/06/02/los-hablantes-del-quechua-y-laverguenza-lingüística/>
- Mato, D. (2016). Stuart Hall sobre “hacer estudios culturales”. *Cuadernos de Literatura*, 20 (40), 39-43. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/17246>
- Melamed, (2016). Las teorías de las emociones y su relación con la cognición: un análisis desde la filosofía de la mente. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias sociales*, (49), 13-38. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18551075001>
- Mendoza, E. (2017). *Análisis para el mejoramiento de la comunicación interna de la empresa CONSULEXPRESS S.A de la ciudad de Guayaquil en el año 201*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20989/1/TESIS%20ESTHER%20MENDOZA.pdf>
- Molina, R. y Piñeiro, E. (2017). Fotografía y comunicación intergeneracional en la recuperación de la memoria histórica y fortalecimiento de la identidad cultural. *Revista San Gregorio*, (19), 44-53. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6236970>
- Navarrete, Z. (2015). ¿Otra vez la identidad? Un concepto necesario pero imposible. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20, (65). 46-479. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662015000200007
- Ortega, M. (2013). El método estructuralista de Lévi-Strauss. Y el mito de las Tlaciqueschupamolleras. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*. 1(1), 77-92. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457645123007>
- Ortiz, A. (2013). Relacion entre la objetividad y la subjetividad en las ciencias humanas y sociales. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 13(27), 85-106 Bogota, Unviersidad El Bosque. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/414/41431644004.pdf>
- Otzen, T. y Manterola C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.* 35(1), 227-232. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

[basica/Eduardo-Restrepo-Antropologia-yEstudios- Culturales.pdf](#)

Quero, Y., Mendoza, F. y Torres, Y. (2014). Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 9 (27), 22-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/782/78230409001.pdf>

Quispe, S. y Ramos, L. (2016). *Nivel de identidad cultural en los niños y niñas del tercer grado de educación primaria de la I.E. N° 89007, Chimbote – 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Santa, Nuevo Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/2666/42816.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramos, I. (2014). *Elementos de la Comunicación Institucional entre Directivos y Personal docente que labora en el liceo Salvadoreño*. (Tesis de pregrado). Universidad Marcelino Champagnat, Lima. Recuperado de <http://repositorio.umch.edu.pe/handle/UMCH/64>

Rosas, K. (2012). Genealogía de los Estudios Culturales. *Razón y Palabra* 16(81). 1-20. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/659>

Renker, T. (2014). *El uso del quechua en el Perú: Una investigación de identidad y performance cultural*. (Tesis de pregrado). University of New Hampshire, Estados Unidos. Recuperado de <https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1179&context=honors>

Saewyc, E. (2017). A global perspective on gender roles and identity. [Una perspectiva global sobre los roles de género y la identidad]. En *Journal of Adolescent Health*. Recuperado de [https://www.jahonline.org/article/S1054-139X\(17\)30356-7/fulltext](https://www.jahonline.org/article/S1054-139X(17)30356-7/fulltext)

Sautú, R. (2016). Teorías y métodos en la investigación de la cultura. Recuperado de http://209.177.156.169/libreria_cm/archivos/pdf_1570.pdf

Vargas, C. (2013). *Estrategias didácticas para el desarrollo de la identidad cultural Mochica en educación primaria en una Institución Educativa de San José de Moro – La Libertad*. (Tesis de magister). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/4574/VARGAS_ORTIZ_DE_ZEVALLOS_CLAUDIA ESTRATEGIA MOCHICA.pdf?sequence=1

Webb, R. (2014, febrero 10). ¿Tiene futuro el quechua? *El Comercio*. Recuperado 15 octubre 2018, de <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/futuro-quechua-richardwebb-292022>

ANEXOS

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE INFORME DE TESIS
021 - 2019-UCV Lima Este /EP-CC.CC.

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con RESOLUCION DIRECTORAL N°021-2019-UCV Lima - Este/EP-CC.CC. de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación acuerdan:

PRIMERO.-

Aprobar pase a publicación	()
Aprobar por unanimidad	(X)
Aprobar por mayoría	()
Desaprobar	()

La tesis presentada por la estudiante VALDIVIA ZELA SOLEDAD, denominado:

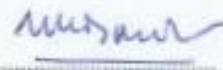
"ANÁLISIS DEL MENSAJE DE UN GRUPO DE ESTUDIO PARA CONSTRUIR IDENTIDAD CULTURAL EN FAMILIAS QUECHUAHABLANTES DEL CERCADO DE LIMA, 2018"

SEGUNDO.- Al culminar la sustentación, la estudiante VALDIVIA ZELA SOLEDAD, obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
13	TRECE	HABILITADA

Presidente:

Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal



Firma

Secretario:

Mg. Rubén Javier Matos Chura



Firma

Vocal:

Mg. Gladys Zola Ferreyra Ugarte



Firma

San Juan de Lunigancho, 16 de julio 2019

C.c: Archivo
Escuela Profesional, Interesados, Archivo

Certificado de validez de contenido del instrumento

título: Análisis del mensaje e la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018

Nº	VARIABLE 1: Mensaje	Pertinencia ¹	Relevancia ²	Claridad ³	Sugerencias
	DIMENSIÓN 1: Mensaje connotativo	M D A M D A M D A M D A			
1	¿Considera usted que los mensajes emotivos tienen mayor significado en el receptor?				
2	¿Considera usted que una persona que utiliza palabras que el receptor no conoce su significado, puede enviar un mensaje distorsionado?				
	DIMENSIÓN 2: Mensaje denotativo				
3	¿Considera usted que existen mensajes que refuerzan la imagen de un quechuahablante?				
4	¿Considera usted que se transmiten mensajes que dañan el concepto de una persona quechuahablante?				
	DIMENSIÓN 3: Mensaje subliminal				
5	¿Considera usted que los mensajes subliminales de los medios de comunicación crean actitudes como el racismo y la discriminación en el inconsciente de una persona?				
6	¿Considera usted qué la percepción de una persona puede cambiar si se le transmite mensajes negativos sobre personas quechuahablantes?				
Nº	VARIABLE 2: Identidad cultural				Sugerencias
	DIMENSIÓN 4: Elementos culturales				
7	¿Considera usted que las costumbres de las familias quechuahablantes fomentan la identidad cultural en nuestro país?				
8	¿Considera usted que las creencias permiten la difusión del idioma quechua en la sociedad peruana?				
	DIMENSIÓN 5: Conocimientos				
9	¿Considera usted que la historia peruana resalta la importancia de los quechuahablantes en nuestro país?				
10	¿Considera usted que el idioma quechua debe ser patrimonio cultural del Perú?				
	DIMENSIÓN 6: Emotivos				
11	¿Considera usted que el idioma quechua promueve valores culturales en la sociedad peruana?				
12	¿Considera usted que la identidad cultural promueve sentimientos positivos en los peruanos?				

MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
"Análisis del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018"					
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DISEÑO DEL MÉTODO
Problema general: ¿Cuáles son las características del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018? Problemas específicos: ¿Cuáles son las características del mensaje connotativo en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018? ¿Cuáles son las características del mensaje denotativo en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018? ¿Cuáles son las características del mensaje subliminal en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018?	Objetivo general: Analizar las características del mensaje en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes, 2018. Objetivos específicos: Describir las características del mensaje connotativo en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018. Identificar las características del mensaje denotativo en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018. Determinar las características del mensaje subliminal en la construcción de la identidad cultural en familias quechuahablantes del Cercado de Lima, 2018.	Mensaje	Mensaje connotativo	c) Significado d) Subjetivo	Tipo de investigación: Aplicada de carácter cualitativo y nivel interpretativo. Diseño: Investigación- acción Población y muestra: En la presente investigación la población – muestra son un grupo de personas quechuahablantes y especialistas que conocen y dominan los términos propuestos en el tema de investigación. Instrumento: Guion de entrevista Técnica de recolección de datos: Entrevista
			Mensaje denotativo	c) Significante d) Significación	
			Mensaje subliminal	c) Inconsciente d) Percepción	
	Identidad cultural		Elementos culturales	c) Costumbres d) Creencias	
			Conocimiento	c) Historia d) Patrimonio cultural	
			Emotivos	c) Valores d) Sentimientos	

Tabla 3 Cronograma

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Revisión de antecedentes																		
2. Presentación del diagnóstico de Pery y del sector investigado																		
3. Asignación de los temas de investigación																		
4. Pautas para la búsqueda de información																		
5. Apertura de entrevistas																		
6. Marcar los sectores seleccionados para la investigación																		
7. Justificación del estudio																		
8. Suplementación del diagnóstico de Pery y del sector investigado																		
9. Metodología de la investigación																		
10. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 1																		
11. Metodología de la investigación																		
12. Mayor información																		
13. Análisis cualitativo de los datos, aspectos éticos, administrativos, etc. Diagnóstico del perú y del sector de investigación y del municipio																		
14. Presentación del diagnóstico de Pery y del sector investigado para la investigación. Aplicación																		
15. Presentación del diagnóstico de Pery y del sector investigado para la investigación. Aplicación																		
16. JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 2. Sesión final del diagnóstico de Pery y del sector investigado																		

Presupuesto

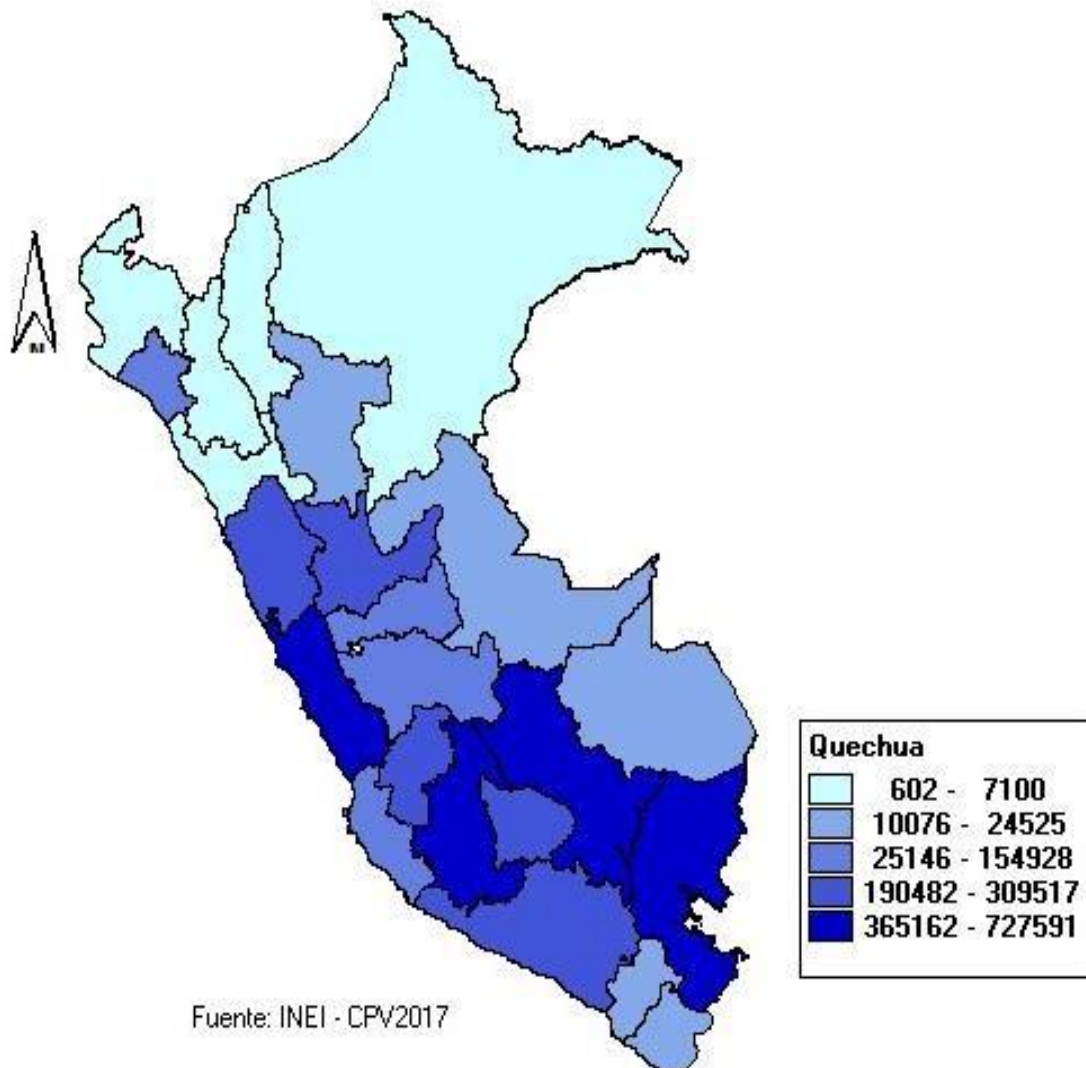
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL
Impresiones	200	0.10	20.00
Folders	5	1.00	5.00
Libro de metodología	1	25.00	25.00
Copias	50	0.10	5.00
Hojas bond	2	10.00	20.00
movilidad	-----	-----	50.00
GASTO TOTAL			S/. 125

Tabla 15. Agrupamiento de lenguas por departamento y cantidad total de hablantes por departamento.

DEPARTAMENTO	LENGUA	TOTAL DE HABLANTES (ESCALE, DIGEBIR)	TOTAL DE HABLANTES (II CENSO DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA AMAZONÍA PERUANA 2007 Y XI CENSO DE POBLACIÓN Y VI DE VIVIENDA 2007)	OTRAS FUENTES
Amazonas	awajún	56 423	43 896	
	wampis	13 529	8257	
	quechua		458	
Apurímac	quechua		266 336	
	ashaninka		64	
Áncash	quechua		451 789	
Arequipa	quechua		150 302	
Ayacucho	quechua		311 965	
	ashaninka		231	
	matsigenka			No se ha identificado el número.
Cajamarca	awajún	1710	988	
	quechua		1156	
Callao	quechua		36 312	
	awajún			
Cusco	quechua		566 581	
	matsigenka	14 064	10 514	
	ashaninka	1056	3638	
	yine	855	714	
	nanti			500 (en Camisea y Timpía)
	harakbut		364	
	kakinte	174		

PERÚ - DEPARTAMENTAL

P3a+: Idioma o lengua con el que aprendió hablar





31% de los peruanos ha sido discriminado en los últimos doce meses

Los motivos más comunes de discriminación son el **nivel de ingresos, la forma de hablar y la vestimenta**



DISCRIMINACIÓN ÉTNICO RACIAL



PERÚ

Ministerio de Cultura

EL PERÚ PRIMERO

29735 YUPAYCHASQA LEY

**Perú suyu llaqtapa siminkuna
rimanapaq, wagaychanapaq,
mastarinapaq, ñawpaqman
puririchinapaq, tarikapunapaq,
rigsichinapaqpas Ley.**

LEY N° 29735
**Ley que regula el uso, preservación, desarrollo,
recuperación, fomento y difusión de las lenguas
originarias del Perú**

QUECHUA CHANKA

Tabla 15. Agrupamiento de lenguas por departamento y cantidad total de hablantes por departamento.

DEPARTAMENTO	LENGUA	TOTAL DE HABLANTES (ESCALE, DIGEIBIR)	TOTAL DE HABLANTES (II CENSO DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA AMAZONÍA PERUANA 2007 Y XI CENSO DE POBLACIÓN Y VI DE VIVIENDA 2007)	OTRAS FUENTES
Amazonas	awajún	56 423	43 896	
	wampis	13 529	8257	
	quechua		458	
Apurímac	quechua		266 336	
	ashaninka		64	
Áncash	quechua		451 789	
Arequipa	quechua		150 302	
Ayacucho	quechua		311 965	
	ashaninka		231	
	matsigenka			No se ha identificado el número.
Cajamarca	awajún	1710	988	
	quechua		1156	
Callao	quechua		36 312	
	awajún			
Cusco	quechua		566 581	
	matsigenka	14 064	10 514	
	ashaninka	1056	3638	
	yine	855	714	
	nanti			500 (en Camisea y Timpía)
	harakbut		364	
	kakinte	174		